

interaction

интеракция

interview

интервью

interpretation

интерпретация

INTER



INTER, 13'2017



Институт социологии Российской академии наук
Российское общество социологов
Международная социологическая ассоциация
Комитет «Биографии и общество»

13'2017

© 2017 Журнал «ИНТЕРАкция.
ИНТЕРвью. ИНТЕРпретация»

Соредакторы номера:

Елена Рождественская (Москва, Россия)
Виктория Семенова (Москва, Россия)
Александрова Ваньке (Москва, Россия)

Редакционная коллегия:

Розвита Брекнер (Австрия)
Том Венграф (Великобритания)
Леокадия Дробижева (Россия)
Кэти Дэвис (Нидерланды)
Лена Иновлоки (Франкфурт-на-Майне, Германия)
Ирина Козина (Россия)
Кшиштоф Косела (Польша)
Елена Омельченко (Россия)
Анна Роткирх (Финляндия)
Елена Ярская-Смирнова (Россия)

Журнал рецензируемый
Индексируется РИНЦ

Номер подготовлен при финансовой поддержке
Российского научного фонда. Грант № № 14-28-00217-П

На обложке использована фотография Фёдора Телкова из проекта «Stog».

Адрес редакции:

117259, Москва
Ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5
Тел.: (499) 128-86-18
Факс: (495) 719-07-40
e-mail: rusica@isras.ru



Содержание

Письмо редакторов	5
Теоретические дискурсы и дискуссии	7
<i>Ralf Bohnsack</i> The Interpretati on of pictures and the Documentary Method	7
<i>Наталья Веселкова</i> Куда идет «Троллейбус»? Социологический ресурс одной фотографии.....	27
<i>Svetlana Bankovskaya</i> Epistemological premisses of converting video of social events into the narrative	39
Визуальная социология	44
<i>Елена Рождественская</i> Анализ фотографии С. Максимишина: объединяя документальный и гештальтистский подходы	44
Полевые исследования	51
<i>Анна Стрельникова, Александрина Ваньке</i> Полевое исследование индустриального района: стратегии сбора и анализа визуальных данных	51
<i>Дмитрий Омельченко, Святослав Поляков</i> Исследователь с камерой в пространстве медийной публичности: полевой опыт	73
<i>Мария Балакирева, Александра Горяйнова, Елизавета Полухина</i> Переезды внутри Москвы: как тип домохозяйства и стиль жизни предопределяет выбор места жительства	82
Первые шаги	96
<i>Яна Багина, Анастасия Кочервей, Светлана Нарьян</i> Восприятие видеоблогов и потребительское поведение (на примере бьюти-блогов)	96
Рецензии	108
<i>Анастасия Говорова</i> Азбука визуализации данных	108
Abstracts and key words	111
Авторы номера	116

Contents

Editors' letter	5
Theoretical discourses and debates	7
<i>Ralf Bohnsack</i> The Interpretati on of pictures and the Documentary Method	7
<i>Natalia Veselkova</i> Where does the trolley go? Sociological resource of the one photograph	27
<i>Svetlana Bankovskaya</i> Epistemological premisses of converting video of social events into the narrative	39
Visual Sociology	44
<i>Elena Rozhdestvenskaya</i> Analysis of fhotography S.Maximishin: combining documentary and gestalt approaches.....	44
Field research	51
<i>Anna Strelnikova, Alexandrina Vanke</i> Field research of an industrial neighborhood: the strategies of visual data collection and analysis	51
<i>Dmitry Omelchenko, Svyatoslav Polyakov</i> Researcher with a camera in the space of media publicity: fieldwork experience.....	73
<i>Maria Balakireva, Alexandra Goriainova, Elizaveta Polukhina</i> Intraurban movings in Moscow: how the type of household and lifestyle determine a place of residence	82
First steps	96
<i>Yana Bagina, Anastasia Kochervey, Svetlana Naryan</i> Perception of video-blogging and consumer behaviour (case of beauty channels).....	96
Book reviews	108
<i>Anastasia Govorova</i> Graphical representation of facts	108
Abstracts and key words	111
About the authors	116

Письмо редакторов

В этом году нашему журналу исполняется 15 лет. Представляем вниманию читателя его юбилейный выпуск, который вновь посвящен визуальной социологии. В одном из первых выпусков журнала мы когда-то анонсировали визуальный поворот социологии и описывали возможные перспективы визуальных исследований социального. Теперь, спустя годы, мы могли бы констатировать, что метафора «поворота» оказалась удачной, открыла путь и теперь, совершив круг, та же метафора описывает теперь уже широкое поле визуальных исследований. Мы можем увидеть укоренение визуальности в социологии города, музейных исследованиях, в интересе Big Data к массиву визуального в Интернете, в неизменной компоненте визуального в самопрезентациях индивидов и групп и т. д. Социальная и политическая реальность, как ее представляют сегодня социальные науки, имеет сложный, многослойный характер, увязывает в один узел социальные, этнические, возрастные и гендерные характеристики отдельных общностей, а также совмещает их текстуальные и визуальные проявления. Эта возросшая сложность организации современной жизни, возникшая на изломе традиционного и инновационного, формулирует новые вызовы относительно перформативной стороны социального действия, в духе Дж. Батлер и Дж. Александера. Действие показанное/отыгранное, сцены социальной жизни, общество спектакля, гендерные дисплеи, визуальные сторителлинги — все эти термины направлены на фокусирование на «образе» и обыгрывают социально-визуальные компетенции социальных акторов. Модус — быть не только услышанным, но и увиденным, равно как и самому услышать и увидеть — стал возможным и насущным в эпоху глобализации медиакommunikаций. Современные технические возможности и сетевая организация коммуникации радикально поменяли модальность человеческого взаимодействия. Постоянно растущая изоциренность визуальной продукции и распространение интерактивных технологий, начиная от иллюстративных видео и цифровой фотографии в электронных СМИ до полностью превращенных в инфографику онлайн-источников, все больше превращают прежних визуальных потребителей в производителей визуального. Производство и глобальное распространение визуальных эффектов, которые были ранее только в зоне ответственности агентств и средств массовой информации, перетекают в инстанции менее профессиональные, но порой не менее компетентные, — к тем, кто распространяет визуальный контент независимо от средств массовой информации с помощью электронных сетей. Таким образом, производство, распространение и коммуникация через визуальное больше не ограничиваются их изначальной целевой аудиторией. Распространение визуального не может больше контролироваться только через профессиональные каналы, что вызывает зачастую резкую реакцию отдельных аудиторий.

В связи с этим важно обратить внимание не только на социальные подходы к изучению массивной визуальной атаки на современного человека. Не менее существенным является и определенный эпистемологический сдвиг в повседневном познании — спрос на визуальную компетенцию самих индивидов. Элементами этого сдвига могут быть названы, вслед за Марион Мюллер, три обстоятельства: доступность производства визуальных объектов дилетантам (его приватизация), глобальное их распространение

в публичной сфере и деконтекстуализация визуальных знаков¹. Под деконтекстуализацией понимается тенденция отхода от локально-регионального контекста визуальных эффектов, возникших в момент производства объекта, а также и приобретение им дополнительных смыслов на более широком, глобальном уровне. Соответственно, контекст восприятия будет значительно отличаться от контекста его национального производства, что означает, что объект сложно изучать исключительно с текстуальной точки зрения, но и видеоряд, воспринятый вне интерпретативного сопровождения, также может быть весьма многозначен.

Этой интродукцией мы подводим к мысли, что визуальная компетенция является необходимой составляющей парадигмы фундаментальных исследований по производству, распространению, восприятию, интерпретации визуальных эффектов в разных социальных, гендерных, культурных и политических контекстах. Предлагаемые далее статьи нашего номера послужат выявлению важных и дискуссионных моментов в понимании визуального.

Елена Рождественская, Виктория Семенова

¹ Müller M. G. Visual competence: a new paradigm for studying visuals in the social sciences? // Visual Studies. 2008. № 2 (23). P. 101–112.

Теоретические дискурсы и дискуссии

The Interpretation of pictures and the Documentary Method¹

Ralf Bohnsack*

The considerable progress in qualitative methods is directly connected with developments in the field of text-interpretation. On the basis of a thorough reconstruction of their formal structures texts are treated as autonomous domains of self-referential systems. Such a methodological status has been denied to pictures in empirical research in the field of social sciences up until now. The Documentary Method, based on Karl Mannheim's Sociology of Knowledge, opens up methodical access to pictures. Methodologies from art history (Panofsky, Imdahl) can thus become relevant for empirical research in social sciences. Connections to semiotics (Barthes, Eco) and philosophy (Foucault) are worked out in their consequences for qualitative methods. Thus verbal contextual and pre-knowledge can be controlled methodically in the documentary interpretation of pictures. The reconstruction of formal structure of pictures becomes of central importance in analysis. All of this will be demonstrated by examples from research practice.

Key words: documentary method, interpretation of pictures, iconology, sociology of knowledge, art history, semiotics, formal structure of pictures, comparative analysis

Introduction

Some general remarks concerning the development of picture interpretation in the field of qualitative methods will open up this contribution. Then I will come to the question of how it may be possible to develop a social scientific method which is designed to treat pictures as self-contained, autonomous domains that can be subjected to analysis in their own terms. As I would like to demonstrate, the methodological background for this method can be found in Karl Mannheim's Sociology of Knowledge in connection with methods and theories of art history, and to some extent of semiotics. Consequences for the practice of the documentary interpretation of pictures will be demonstrated through private and public photographs.

The Increasing Progress of Qualitative Methods and the Marginalization of the Picture

When examining the development of qualitative methods during the last twenty years, we come to an observation which, at first sight, seems to be a paradox: the growing sophistication

¹ The article was first published in: Qualitative Social Research / Forum: Qualitative Social Research. 2008. № 3 (9). P. 1–17.

* Bohnsack Ralf, Dr. rer. soc., Dr. phil. habil., University Professor at the Free University of Berlin. bohn sack@zedat.fu-berlin.de.

and systematization of qualitative methods has been accompanied by the marginalization of the picture. The considerable progress in qualitative methods during the last twenty years is –especially in Germany – essentially associated with the interpretation of texts. This is partly due to the so-called linguistic turn (see also: Bohnsack, 2007c).

In the field of empirical social sciences, the concept of the linguistic turn succeeded easily, because it was preceded by a premise in empirical research which has been concisely articulated by Karl Popper (Popper, 1959, p. 95): Reality must, if it should become scientifically relevant, be articulated by ways of «protocol sentences» or «basic statements» and that means in the form of a text. Qualitative research has not only followed this premise, but has also developed it further. Only original research data which consists of linguistic action of research subjects, meaning texts which are produced by the actors themselves, must not be transformed into protocol sentences. In the field of picture interpretation, however, this transformation is especially necessary, consequently making it suspect of being invalid.

The orientation towards the paradigm of the text and its formal structures has led to enormous progress in qualitative methods' precision. One of the reasons for this success can be seen in the methodological device of treating the text as a self-referential system or — as Harvey Sacks (Sacks, 1995, p. 536) has put it: «If one is doing something like a sociology of conversation, what one wants to do is to see what the system itself provides as bases, motives, or what have you, for doing something essential to the system». This device or premise, which was first applied in the field of Conversational Analysis, was later followed by other methodologies pertaining to the area of text interpretation. However, up until now this premise has not yet become relevant in a strict sense for those qualitative methods which deal with the interpretation of pictures. The focus on this methodological device — meaning the treatment of pictures² in empirical research as self-referential systems — is one of the central concerns of my paper.

Acknowledging that pictures have the methodological status of self-referential systems also has consequences for the ways of understanding pictures as a media of communication. We can differentiate between two quite distinct means of iconic understanding. A communication about pictures is to be distinguished from an understanding through pictures, as I would like to put it.

An Understanding through Pictures versus an Understanding about Pictures

For the most part, an immediate understanding through pictures, or within the medium of the picture and thus beyond the medium of language and text, has been excluded tacitly or without further explanation from methodology and also from the theory of action. Theory, methodology and practical research should be in the position, «to no longer explain pictures

² And this is also true for the analysis of videos and movies in social sciences. In those areas of video analysis, which allocates itself in the tradition of Conversation Analysis and Ethnomethodology (and also of Cultural Studies), the picture only has a supplementary function to the analysis of talk, meaning a supplementary function to the text (see also: Bohnsack, 2009). Charles Goodwin (Goodwin, 2001, p. 157) has made this explicit in a very clear manner: «However in the work to be described here neither vision, nor the images (...) are treated as coherent, self-contained domains that can be subjected to analysis in their own terms. Instead it quickly becomes apparent that visual phenomena can only be investigated by taking into account a diverse set of semiotic resources (...). Many of these, such as structure provided by current talk, are not in any sense visual, but the visible phenomena (...) cannot be properly analysed without them».

Whereas it is regarded as impossible by Goodwin to analyze visible phenomena without reference to talk, Conversational Analysis has a long tradition in analyzing talk, meaning verbal phenomena, without reference to other semiotic resources, especially visible phenomena. Neither here nor in other publications in the realm of Conversation Analysis I could find a comprehensive reasoning for this fundamental difference concerning the methodological and theoretical status of pictures and texts.

For video and film analysis on the basis of the documentary method see also Bohnsack (Bohnsack, 2009), Monika Wagner-Willi (Wagner-Willi, 2006) and Astrid Baltruschat (Baltruschat, 2010, 2011).



through texts, but to differentiate them from texts», as the historian of the arts Hans Belting (Belting, 2001, p. 15) with reference to William J. T. Mitchell (Mitchell, 1994) has put it.

To speak of an understanding through pictures means that our world, our social reality, is not only represented by, but also constituted or produced by pictures and images. William Mitchell (Mitchell, 1994, p. 41) has devoted a great deal of attention to this subject. Constructing the world through images, however, may be understood in at least two ways. One way of understanding only takes into consideration the interpretation and explanation of the world as essentially applied in the medium of iconicity. A more extensive understanding also includes the importance of pictures or images for practical action, their quality and capacity to provide orientation for our actions and our everyday practice.

The latter aspect has been widely neglected in theories of action, communication and human development. Pictures provide orientation for our everyday practice on the quite elementary levels of understanding, learning, socialization and human development — and here we are not speaking primarily of the influence of mass media. Behavior in social situations or settings as well as forms of expressions through gestures and the expressions of faces are learned through the medium of mental images. They are adopted mimetically (compare: Gebauer, Wulf, 1995) and are stored in memory through the medium of images.

Images are implicated in all signs or systems of meaning. In the terms of semiotics, a specific «signified» which is associated with a specific «signifier» (for instance a word) is not a thing, but a mental image. In the semiotics of Roland Barthes (Barthes, 1967, p. 43) we can read: «the signified of the word ox is not the animal ox but its mental image». And according to Alfred Schutz (Schutz, 1964, p. 3) every symbol or — more precisely: every typification is based on the «imagination of hypothetical sense presentation». These images are based to a great extent on iconic knowledge.

The understanding and the orientation of action and everyday practice through the medium of iconicity is mostly pre-reflexive. This modus of understanding is performed below the level of conceptual or verbal explication. Iconic or image-based understanding is embedded in tacit knowledge, in «atheoretical» knowledge, as it is called by Karl Mannheim (Mannheim, 1982).

It is above all habitual, routinized action, which is structured by atheoretical or tacit knowledge. Tacit knowledge is also imparted through the medium of text and through the genres of narrations and descriptions in the form of metaphors, of metaphorical, meaning image-based depictions, of social settings. In a fundamental and elementary way, however, atheoretical or tacit knowledge is imparted by the medium of iconicity, for instance in the medium of pictures or images about social settings, and by incorporated practices of actions. The medium of atheoretical knowledge is thus generally that of «imagery» («Bildlichkeit»), if we define the concept of imagery in the sense of Gottfried Boehm (Boehm, 1978, p. 447) in the way that «picture and language are participating at a joint level of imagery». This dimension of imagery belongs to the sphere of tacit or atheoretical knowledge.

The transition in interpretation from the sphere of explicit knowledge to that of tacit or atheoretical knowledge is, in the terms of Erwin Panofsky (Panofsky, 1955), the transition from Iconography to Iconology. As a historian of the arts, Panofsky was in his time essentially influenced by the discussion in the social sciences — especially by his contemporary Karl Mannheim and by Mannheim's Documentary Method of Interpretation (see also: Bohnsack, 2013).

The Change in Analytic Stance: From «What» to «How», from Iconography to Iconology, from Immanent to Documentary Meaning

Long before devoting attention to the interpretation of pictures, I worked with the Documentary Method of Interpretation myself. The Documentary Method is rather popular as an essential element of the Ethnomethodology of Harold Garfinkel (1967). Having been

influenced by Garfinkel since the 1970's, I went back to the roots of the Documentary Method in Mannheim's Sociology of Knowledge (Bohnsack, 2001, 2006, 2013, 2017a, 2017b). On the basis of Mannheim's methodology, we began to develop a method for the interpretation of talk, especially of group discussions (among others: Bohnsack, 2004, 2010a), and then of all sorts of texts in general (Bohnsack, 2010b; Bohnsack, Pfaff, Weller, 2010; see also: www.dokumentarischemethode.de).

The change from the immanent or literal meaning to the documentary meaning, the change from iconography to iconology is a change in perspective and analytic mentality. It can be characterized in correspondence with Martin Heidegger (Heidegger, 1986), Niklas Luhmann (Luhmann, 1990) and especially Karl Mannheim as the change from the question of What to the question of How. It is the change from the question, what cultural or social phenomena are all about to the question, how they are produced. Following Panofsky, the question What does not only include the level of iconography, but also the so called pre-iconographic level.

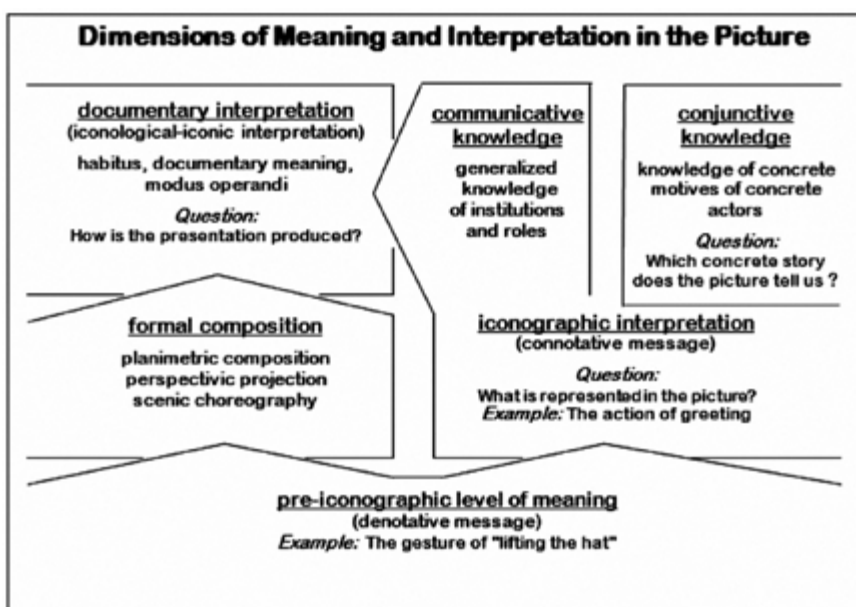


Diagram 1. Dimensions of meaning and interpretation in the picture

The difference between iconography and pre-iconography is relevant not only to art history, but also to the social sciences and action theory. This becomes evident when Panofsky (Panofsky, 1955, p. 52–54) explains these two levels or steps of interpretation, not in the field of works of art, but in the field of «everyday life» (Panofsky, 1955, p. 53), as he himself calls it. As an example, Panofsky describes the gesture of an acquaintance. This gesture, which at the pre-iconographical level will at first be identified as the «lifting of a hat» (Panofsky, 1955, p. 54), can only at the iconographical level be analyzed as a «greeting» (Panofsky, 1955, p. 52) (see Diagram 1).

When we elaborate Panofsky's argumentation in the framework of social sciences, the step from the pre-iconographical to the iconographical level of interpretation can be characterized as the step to the ascription of motives, more precisely: to the ascription of «in-order-to-motives», as Alfred Schutz (Schutz, 1964, p. 31) has called it: The acquaintance then is lifting his hat, in order to greet. On the level of iconographical interpretation, we search for subjective



intentions — as we always do in the realm of common sense. This sort of iconographical interpretation is only on a sound methodical basis as long as we are dealing with action within the framework of institutions and roles. Otherwise, the iconographical interpretation is based on introspection and ascriptions, on the construction of motives, which cannot be the object of direct empirical observation.

In contrast to the iconographical approach to analysis, iconological interpretation is characterized by «the rupture with the presuppositions of lay and scholarly common sense» as we can call it in Pierre Bourdieu's terms (Bourdieu, 1992, p. 247). The iconological stance of analysis, its analytic mentality, is radically different from asking the question *What*. It is searching for the *How*, for the *modus operandi* of the production, or the emergence, or the process of the formation of a gesture. Asking in this way, we can — according to Panofsky — gain access to the «intrinsic meaning or content» of a gesture (Panofsky, 1955, p. 40), to its «characteristic meaning» or its «documentary meaning» (Panofsky, 1932, p. 115, 118), as Panofsky formulates with reference to Mannheim. By the way of iconological interpretation, «we will receive the impression of a specific disposition from the gesture (...), which documents itself in the act of greeting, as clearly and independently from the intent and the consciousness of the greeting person as it would document itself in any other utterance of the life of the person concerned» (Panofsky, 1932, p. 115).

This characteristic meaning (in German: «Wesenssinn»), «which documents itself», is also called «habitus» by Panofsky. As is generally known, Bourdieu adopted this concept from Panofsky. The conception of habitus can refer to individuals or to collective phenomena like milieus: for instance to the «proletarian» or the «bourgeois» habitus. It may be the expression of a phase of contemporary history or of a specific generation: for instance the habitus of the «68-generation». Or it may be understood — as it was in the original intention of Panofsky — as the expression of a historical epoch in general: for example of the Gothic or the Renaissance period.

The Difference between the Habitus of the Representing and the Habitus of the Represented Picture Producers

According to Panofsky, in reconstructing iconological meaning, we are searching for the habitus of the picture's producer. Especially in the area of photography, however, it seems to be necessary to proceed beyond Panofsky and to differentiate between two fundamental dimensions or kinds of picture producers: On one hand we have the representing picture producers, as I would like to call them, such as the photographer or the artist, as well as all of those who are acting behind the camera and who are participating in the production of the picture, even after the photographic record. On the other hand we have the represented picture producers. These are all the persons, beings, and social scenes which are part of the subject of the picture and are acting in front of the camera.

The methodical problems which result from the complex relation between these two different kinds of picture producers can be solved easily as long as both belong to the same milieu, to the same «(conjunctive) space of experience» (in German: «[konjunktiver] Erfahrungsraum»), as we call it using the terminology of Karl Mannheim (Mannheim, 1982)³. This is, for instance,

³ Here the question arises, if the amateur photographs and the habitus of the amateur photographer can be interpreted according to the standards and methods of art history. The answer has been given by Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1990) already with the title of his book about family photography: «Photography. A Middle-brow Art» (in French: «Un art moyen»). And in the book he explains: «In fact, while everything would lead one to expect that this activity (...) would be delivered over to the anarchy of individual improvisation, it appears that there is nothing more regulated and conventional than photographic practice and amateur photographs» (Bourdieu, 1990, p. 7). The stylistic preferences, the habitus, «the system of schemes of perception, thought and appreciation common to a whole group» (Bourdieu, 1990, p. 6),

the case when a member of a family is producing a family photo or when (as it is with historical paintings which are meant to give us insight into a historical epoch) the painter as well as the models or pictured scenes belong to the same epoch⁴. It is the main concern of iconological and documentary interpretation to gain access to the space of experience of the picture producers. And a central element of this space of experience is the individual or collective habitus.

All this becomes methodically much more complex when the habitus of the represented picture producer is not in correspondence or congruent with that of the representing picture producer, for instance the photographer or the painter. I have tried to demonstrate this with a photo of a family of farm workers from Brazil (see Picture 1), which was taken by a professional photographer with artistic ambitions. By careful interpretation it might be shown, that the incongruities between the habitus of the representing and the represented picture producers refer to incongruities of the different spaces of experience, the different milieus they both belong to and to their relation in society (Bohnsack, 2010b, p. 249).



Picture 1. Sebastião Salgado: Family with eleven children in Sertão de Tauá. Ceará 1983 (from: Sebastião Salgado, 1997, p. 98)

Returning to Panofsky, it can be seen as one of his most extraordinary achievements to have worked out the concept of habitus or the documentary meaning (for instance of an epoch like the Renaissance) by ways of homologies (that means: structural identities) between quite different media or quite different genres of art from the same epoch (from literature to painting,

constitutes a selectivity, which has its consequences also for the snapshot and especially for the snapshot (more comprehensive to that: Bohnsack, 2009).

In the field of qualitative text-interpretation it is a matter of course to interpret profane products like pieces of art, artful practices with inherent laws and a strict order, or, as it is called in Ethnomethodology: «as an ongoing accomplishment (...) with the ordinary, artful ways of that accomplishment» (Garfinkel, 1967). But up to now this device has not really been transferred to the interpretation of pictures.

⁴ Different from the English translation in Mannheim 1982 (Mannheim, 1982, p. 204), where we can find the formulation: «conjunctive experiential space», I prefer to translate the German term «konjunktiver Erfahrungsraum» (Mannheim, 1980, p. 227) with «conjunctive space of experience».



and architecture to music). Exactly this extraordinary achievement has become the point of reference for the art historian Max Imdahl to ask what then is singular to the picture medium or to iconicity in Panofsky's interpretations. Panofsky is not primarily interested in those meanings which are conveyed through pictures alone, but in those which are also imparted through pictures and other media.

The Importance of Formal Structure and the Methodically Controlled Suspension of Parts of Iconographic Knowledge

In this context, Max Imdahl (Imdahl, 1996, p. 89) also criticized the reduced significance of «forms» and «formal compositions» in the work of Panofsky. Forms and compositions are reduced to the function of arranging pictured objects in their concreteness, and of arranging iconographical narrations (for example a text from the Bible) in a recognizable manner. Imdahl (Imdahl, 1996a, p. 89) contrasts this so-called «recognizing view» («wiedererkennendes Sehen») with the «seeing view» («sehendes Sehen»), which has its point of reference not in pictured objects in their concreteness, but in their relation to the overall context and to the entire composition of the picture.

The «seeing view», in opposition to the «recognizing view», is the basis of Imdahl's method, which he has called «iconic» («Ikonik» in German) (Imdahl, 1994, 1996a). Iconical interpretation is based primarily on formal composition and on pre-iconographical description. According to Imdahl, iconical interpretation can abstain from the ascription of iconographical meanings or iconographical pre-knowledge — and that means from textual knowledge. Iconic interpretation can — as Imdahl has put it — «refrain from the perception of the literary or scenic content of the picture, it is particularly successful when the knowledge of the represented subject is — so to speak — methodically suppressed» (Imdahl, 1996b, p. 435).

Such a «suppression» or «suspension» of textual pre-knowledge seems to be methodically necessary if we seek to comprehend a picture in Imdahl's sense (Imdahl, 1979, p.190) as a «system, which is constructed according to inherent laws and its evident autonomy». In terms of the social sciences this means comprehending the picture as a «self-referential system» (Luhmann, 1987, p. 31). If we follow Max Imdahl and attempt to grasp the relevance of his approach for the social sciences, we will be simply — as I have already mentioned — making use of a device which has been the source of enormous progress in qualitative methods as far as the field of text interpretation is concerned. Now the question is how we can manage to transfer this device to the interpretation of pictures, to iconicity and its inherent laws.

As far as the suspension of the textual knowledge, as stipulated by Max Imdahl, is concerned, we can find correspondences or analogies to semiotics in the work of both of its prominent representatives: Umberto Eco as well as Roland Barthes. Beyond the differences between them, both agree that we must begin our interpretation of pictures below the level of connotations in order to advance to the autonomy and inherent laws of the picture. The level of connotation, however, as Eco (Eco, 1968, p. 143) emphasizes, corresponds in several respects to Panofsky's level of iconography⁵.

The singularity of the picture in contrast to text, and the specific system of meaning, the singular message of the pictorial, iconical signs, is thus determined on the pre-iconographical or denotative level. When decoding these messages, however, we must always pass through the next higher level: the level of iconographical or connotative code, which somehow obtrudes upon our minds and which Roland Barthes (Barthes, 1991, p. 45) has called the «obvious meaning» («sens obvie»). In our common sense-interpretations, we usually tend to interpret

⁵ Concerning the correspondences between Roland Barthes and Erwin Panofsky see also: van Leeuwen (Leeuwen van, 2001).

non-abstract pictures by beginning with a mental construction of actions and stories which might have taken place in the picture. In the territory of common sense, we thus tend towards an iconographical interpretation.

The decoding of a message which can be imparted exclusively by a picture thus must always go through iconographical or connotative code. However, the message must «get rid of its connotations» as Roland Barthes (Barthes, 1991, p. 31) has put it, and «is first of all a residual message, constituted by what remains in the picture when we (mentally) erase the signs of connotation»⁶.



Picture 2. Diego Velázquez: Las Meninas, 1656. Madrid, Museo del Prado (from GREUB, 2001, p. 295)

At this point, some parallels with Foucault's well-known interpretation of the painting «Las Meninas» by Diego Velázquez become apparent (see Picture 2). In his interpretation, Foucault (Foucault, 1989, p. 10) emphasized: «We must therefore pretend not to know». According to Foucault, it is not so much the knowledge about institutions and roles which should be suspended (in the example of «Las Meninas», this would mean suspending our knowledge about the institution of the Spanish Court with its courtiers, maid of honors and gnomes). It is much more «proper names», as Foucault (Foucault, 1989, p. 10) says, which should be «erased». This means that our knowledge about the case-specific or the milieu-specific peculiarity of what is presented, and of its concrete history, should be omitted, «if one wishes to keep the relation of language to vision open, if one wishes to treat their incompatibility as a starting point for speech instead of as an obstacle to be avoided» (Foucault, 1989, p. 10).

⁶ Here I am not following the English translation in Barthes (Barthes, 1991, p. 31): «(...) is first of all a privative message, constituted by what remains in the image, when we (mentally) erase the signs of connotation».



As my last expositions suggest, it appears that certain correlations can be worked out between prominent approaches and traditions in the area of picture interpretation. These correlations suggest that specific meanings or specific elements of knowledge on the connotative or iconographical level, which are primarily formed by narrations and by our textual knowledge, need to be — so to speak — suspended or ignored. In this way it seems to be possible to «keep open» the relation or tension between picture and language or picture and text in Foucault's sense (Foucault, 1989, p. 10).

The precondition for this openness is to avoid, from the outset, the subordination of the picture to the logic of language and text. Up until now this problem has not been taken into account in qualitative methods consequently. In the field of semiotics, it was Roland Barthes who presented a number of exemplary interpretations, which follow the method of suspension outlined here, which begins «when we (mentally) erase the signs of connotation», as Barthes (Barthes, 1991, p. 31) has put it.

Barthes calls the system of meaning which is the result of these interpretations the «obtuse meaning» (Barthes, 1991, p. 53) («sens obtue»). In the medium of text or language, the significance of this system of pictorial meaning can be transmitted only in the form of ambiguities and contrariness. With reference to photographs from the Eisenstein movie «The Battleship Potemkin» Roland Barthes has shown that the facial expression of a weeping old woman, for instance, is neither a face which is tragic in the classic sense, nor does it cross the line into being comical. In a similar way, Umberto Eco (Eco, 1994, p. 146) speaks of the «productive ambiguity» («ambiguità produttiva») in the deeper semantic structure of the picture.

The iconic meaning, which is Max Imdahl's term for this deeper semantic structure, has — according to Imdahl — its peculiarity in a «complexity of meaning which is characterized by transcontrariness» (in German: «eine Sinnkomplexität des Übergegensätzlichen») (Imdahl, 1996a, p. 107).



Picture 3. Giotto, The capture of Christ, about 1305. Padua, Arena-Kapelle (from: Imdahl, 1996a, Abbildungsverzeichnis, p. 45, the slanting line was drawn by me according to Imdahl)

Imdahl (Imdahl, 1994, p. 312) explains this with the example of Giotto's famous fresco «The Capture of Christ» (see Picture 3) and tries to demonstrate, that «due to a specific pictorial composition, Christ appears in a position of being inferior and superior at the same time». This complexity of meaning, which transcends simple iconography, is essentially based upon the so-called «planimetric composition» («planimetrische Komposition»), that means: upon the composition of the picture as a plane. In the case of Giotto's «Capture of Christ» it is only one slanting line, which — according to Imdahl — is decisive for the composition of the picture. The complexity of meaning in its transcontrariness can hardly be expressed in words and the verbal transmission of its meaning can succeed only in direct reference to the picture.

Whereas — according to Imdahl — it is not completely futile to attempt to verbalize this complexity of meaning, Roland Barthes (Barthes, 1991, p. 59) insists that «we can locate theoretically but not describe» that deeper semantic structure of the picture which he calls the «obtuse meaning». And a further quotation: «The obtuse meaning is not in the language system» (Imdahl, 1991, p. 51, 54).

On the basis of Roland Barthes' theory of semiotics, there seems to be no successful way to develop a method for the interpretation of pictures which is relevant for the social sciences and is able to transcend the surface of iconographical or connotative meanings. It seems to be more promising to attempt to do this in the tradition of Panofsky's theory and its modifications and advancements through Max Imdahl. In the framework of social sciences, however, several methodical specifications seem to be required, especially with respect to the suspension of iconographical or connotative meaning that is, disregarding of parts of verbal and textual knowledge. In the field of social scientific interpretations of pictures, these specifications seem to be especially necessary, because here iconographical knowledge is not transmitted in a codified manner — as we will find in the history of arts, for instance in the form of Biblical texts.

Foucault emphasizes (as I have already mentioned), that in the case of the interpretation of pictures we should not suspend all of our knowledge about names — not all names should be «erased», only the «proper names». Taking a family photo as an example, we should, or must proceed on the assumption (or on the basis of secured information) that the pictured persons are a family. Thus we have to activate our knowledge about the institution of the family and its role-relations. If we know that it is the «Johnson» family, we should also draw upon our knowledge about the role-relations of the presented picture producers: mother, father, aunt, uncle and so on. We should, however, suspend or ignore as completely as possible all of the knowledge we have about the concrete biography and history of the «Johnson» family.

In the framework of the Documentary Method and Karl Mannheim's Sociology of Knowledge, which we call the «Praxeological Sociology of Knowledge» (Bohnsack, 2006, 2013) the two forms of knowledge which are to be differentiated here can be categorized as communicative knowledge on the one hand and conjunctive knowledge on the other (see Diagram 1). Communicative knowledge concerns generalized and mostly stereotyped, more precisely: institutionalized knowledge. In the understanding of Peter L. Berger and Thomas Luckmann (Berger, Luckmann, 1966, p. 51): «Institutionalization occurs whenever there is a reciprocal typification of habitualized actions by types of actors». This knowledge concerns role-relations in society. From this communicative knowledge, we must differentiate the conjunctive knowledge which is connected with proper names. This sort of knowledge about the «Johnson» family concerns its individual, case-specific peculiarity on one hand, and its milieu-specific character on the other.

Even when we are endowed with valid knowledge about the biography of the family in a verbal-textual form (maybe on the basis of interviews or the analysis of family conversations), we should suspend or ignore this in the course of the interpretation of the photos.

Thus we must begin as far as possible below or beside the iconographical level, that is, on the pre-iconographical level and on the level of the formal structure (see Diagram 1).



With Max Imdahl (Imdahl, 1996a) we can differentiate among three dimensions in the formal compositional structure of the picture: the «planimetric structure», the «scenic choreography» and the «perspectivic projection». Perspectivity has its function primarily in the identification of concrete objects in their spatiality and corporality. Perceptivity is thus orientated to the regularity of the world which is presented in the picture, to the world outside, and within the environment of the picture. With reference to scenic choreography, the same is true for the social scenes in the world outside. In contrast to that, the reconstruction of the planimetric composition, of the picture's formal structure as a plane, leads us to the principles of design and to the inherent laws of the picture itself. It is first of all the planimetric composition which leads us to the picture as a «system, which is designed according to its inherent laws and is evident in its autonomy» (Imdahl, 1979, p. 190).

If we thus succeed in gaining access to the picture as a self-referential system, then we will also attain systematic access to inherent laws of the picture producer's realms of experience — for example to the realms of experience of a family with its specific collective habitus.

Example of a Private Family Photo



Picture 4. Family photo

To illustrate this, I would like to refer to an example from a research project about traditions in families from Eastern Germany, from the former GDR. In addition to family photos, we also based our interpretation on conversations at the living room table and on group discussions with parents and grandparents (for a more comprehensive interpretation see: Bohnsack, 2009; for another interpretation of family photos on the basis of the Documentary Method see: Nentwig-Gesemann, 2006).

Here we have a photo of a family celebration, a photo of a First Communion in the GDR at the beginning of the 1980's (see Picture 4). The planimetric composition of the picture is strictly dominated by vertical and horizontal lines (see Picture 5). The representing picture producer and the represented picture producer have chosen a prefabricated building with GDR-typical slabs and the large trees with the harsh contrasts of vertical lines as

the background. Moreover, the group is positioned on a path paved with slabs, so that the photo on the whole is dominated by a vertical and horizontal structuring which gives it harshness and a rigid order.



Picture 5. Family photo: planimetry

Essential elements of the milieu of this family, of its realms of experience are thus expressed in an immediate way. A precondition for the validity of such a far-reaching interpretation, however, is that also in other dimensions of the picture — especially at the level of pre-icographic description — homologous elements can be worked out. Harshness and rigidity are documented not only in the planimetric composition, but also in the expressions of faces, in gestures and in posture, which is characterized by a strictly vertical body axis.

This rigidity and harshness stands in contrast to the provisional character of other parts of the foreground. The path on which the group is positioned is not yet completed. It seems to lead to nowhere and its provisional cordon is destroyed. This impression of being unaccomplished and unsure or insecure is increased by the picture's design, with the background being moved far away and by the absence of a middle ground. Thus the small group seems to be isolated in a special way and removed from relationships in which they could be held and imbedded. The group seems to be a little bit «lost».

All together, we have a tense relationship between the impression of being provisional, insecure, and isolated on one hand, and harshness and rigidity on the other. This tense relationship makes up the atmosphere of the picture and gives us some insight into the family's habitus. In a verbal-textual manner, this habitus can only be formulated through «transcontrariness» — as the habitus of rigidity and harshness in the context of provision and insecurity. As I have already mentioned, the specific quality of the iconic meaning resp. of its verbalization is seen by Max Imdahl in its «complexity of meaning characterized by transcontrariness» which becomes immediately evident in the picture, which however can hardly be formulated in a verbal-textual manner.



Example of an Advertising Photo



Picture 6. Advertising photo I: Burberry London. From Vogue 2005 Russia

As another example of such a «complexity of meaning characterized by transcontrariness» and as an example of the importance of formal structure, I would like to present a quite different family photo to you (see Picture 6): here we have an advertising photo from the clothing company Burberry, which is meant to target markets in Russia and the USA.



Picture 7. Advertising photo I: Burberry London: planimetry. From Vogue 2005 Russia (lines were drawn by me)

A closer interpretation of this advertising photo (see Picture 7) can give us insight into the lifestyle which is being promoted here. Taking a look at the planimetric composition, it becomes evident that we have two groups. The group on the right hand is being viewed upon favorably by the group on the left. The distinct styling of the group on the right makes it evident that this group is the primary vehicle of the advertising message, and also the addressee of the message. The right-hand group represents a specific generation: the generation in transition from the pre-family to the family phase of its life cycle. Through the benevolence and acceptance on the part of group on the left, which is constituted by representatives of other generations, the right-hand group and the lifestyle which it stands for is integrated into a trans-generational context, and at the same time, into the context of the extended family.

In contrast to the compositional arrangement, and to the physical closeness of the members of the right-hand group, we can observe the absence of any visual contact. The impression of belonging, unity, and community which is produced by the planimetric composition and scenic choreography is thus negated by the absence or denial of visual contact. The protagonists of our photo are members of a community, and at the same time they are isolated individuals. The Burberry Style as a lifestyle of clothing — which seems to be the message here — can enable us to experience belonging and community without requiring us to forfeit our individualism.

However, we recognize that the presentation of individuality and autonomy has taken the specific form of a negation. This is due to the peculiar form of presentation in advertising. Advertising depends on the medium of the pose (see also: Bohnsack, 2007b a; Imdahl, 1996c), the «hyper-ritualization» as Erving Goffman (Goffman, 1979, p. 84) has called it, and is confronted with the paradoxical challenge of expressing individuality through the medium of poses and stereotypes. In our case, this is accomplished through the absence or denial of visual contact. This effect is even more evident in the photo which is intended for the German advertising market (see Picture 8).



Picture 8. Advertising photo II: Burberry London: planimetry. From Vogue 2005 Germany



Thus the photo demonstrates yet another form of transcontrariness in its iconic or iconological meaning: the presentation of individuality by posing or using stereotyped postures.



Picture 9. Advertising photo I: Burberry London planimetry and golden section. From Vogue 2005 Russia



Picture 10. Advertising photo I: Burberry London: perspective. From Vogue 2005 Russia (lines were drawn by me)

If we return to the photo for the Russian and American markets, we can see that one person is standing in the planimetric center (see Picture 9), which is here marked by the intersection of the circles, as well as in the so called golden section, and also in the perspectives center, in the vanishing point (see Picture 10). That person is the supermodel Kate Moss who personifies the propagated lifestyle to the extreme (for a more comprehensive interpretation see: Bohnsack, 2007d, 2009).



Picture 11. Family photo: perspective

Returning to the photo of the First Communion (see Picture 11), we can now see that it is not the most important person of the ritual, the child receiving First Communion, who has been moved into the perspective's center, but rather the grandmother. The photographer or representing picture producer (the child's aunt), has positioned herself eye-to-eye with the grandmother. The focus of perspective, the vanishing point, is on the level of the grandmother's eyes and close to them. Perspective can reveal insights into the perspective of the presenting picture producers and their philosophy, their «Weltanschauung», as Panofsky (Panofsky, 1992) has elaborated in his essay on the «perspective as a "symbolic form"».

Here, a gender-specific hierarchy with generation-specific elements is documented. We have a predominance of women, especially the elder women in the family. Homologous to the focus of the photographer's perspective, which means, of the presenting picture producer, the group — the presented picture producers — have positioned themselves around the grandmother. Such observations concerning the structure of this family could later be validated on the basis of the interpretation of texts from group discussions and from table conversation.

The Analysis of the Formal Structure Opens up an Access to the Picture in its Entirety

By thoroughly reconstructing the formal, especially the planimetric composition of a picture, we are somehow forced to interpret the picture's elements, not in isolation from each other, but basically ensemble, in the context of the other elements. In contrast to that,



in a common-sense interpretation, we are inclined to pick single elements out of the picture's context.

Analogies to methodological devices for the interpretation of texts become apparent here. As we know from the field of Ethnomethodology, it is indispensable for the proper understanding of an utterance to consider the overwhelming context which is produced by the speakers themselves. The single elements of a text as well as the elements of a picture arrange themselves as contexts and settings, and attain their proper meaning only through the settings which they are part of. In the area of Ethnomethodology, this mutual relation has been called reflexivity. According to Harold Garfinkel (Garfinkel, 1961, 1967) the method of interpretation, which allows access to the structures of meaning constituted by this reflexivity is the Documentary Method. We are only able to validly reconstruct context if we succeed in identifying formal structures. They are documents for the natural order which has been produced by the actors themselves.

Conversational Analysis has done pioneering work here. The reconstruction of formal structures is an important instrument for the interpretation of deeper semantics. In Germany, for example, this has been verified by the analysis of communicative genres (Günthner, Knoblauch, 1995) as well as by the reconstruction of textual genres with the method of narrative interviews (Schütze, 1987), and also through the reconstruction of discourse organization in our own interpretations of conversation on the basis of the documentary method (Bohnsack, Przyborski, 2006; Bohnsack, 2010a). In the field of the interpretation of pictures, however, the reconstruction of formal structures is still in its infancy. For the further development of methodology, it seems to be useful to make use of the preliminary work concerning formal aesthetics in the field of art history.

Sequence Analysis, Reconstruction of Simultaneity and the Importance of Comparative Analysis

The interpretations of texts, like pictures, have in common the methodological device of gaining access to inherent laws of meaning of a text by way of formal structure. However, the procedures and strategies for its application are quite different. As Imdahl has emphasized, we are only successful in interpreting the inherent meaning of a picture if we comprehend its fundamental structure of simultaneity⁷. Imdahl (Imdahl, 1996a, p. 23) describes this in his headstrong language as «the coincidence of composition and endowment with meaning», where «the entirety is totally present from the outset».

Here we have an essential difference to the qualitative methods in the field of text interpretation, where sequence analysis is the central methodical device. When trying to transfer this to the interpretation of pictures, we would ignore its inherent structures. Sequence analysis, however, can be understood as being derived from the more general principle of comparative analysis, the principle of operating with horizons of comparison.

The specific structure of conversational meaning or of narration, for instance, is made accessible when I comparatively contrast it with alternative courses of conversation or narration (Bohnsack, 2001). In the interpretation of pictures we are dependent on horizons of comparison as well (see also: Bohnsack, 2003). Access to the interpretation of the formal composition of a picture in its individuality can be gained — as Max Imdahl (Imdahl, 1994) has shown — by contrasting it with other contingent possibilities of composition. These can be designed

⁷ Whereas Imdahl as a historian of the arts is focusing on the picture as a performance of the representing picture producer, the structure of simultaneity is also valid for the performance of the represented picture producers, as has already been worked out by Ray L. Birdwhistell (Birdwhistell, 1952) in his classic on the interpretation of gestures, of Kinesics. Hubert Knoblauch (Knoblauch, 2006, p. 78) has pointed to this «dimension of simultaneity» concerning video analysis (without concrete references to research practice however). For the importance of simultaneity in video analysis in methodology and research practice on basis of the documentary method see Bohnsack (Bohnsack, 2009) and Monika Wagner-Willi (Wagner-Willi, 2006).

by experiments of thought or — and even more validly — the interpretation can be guided by empirical horizons of comparison (for instance when comparing the photo of a First Communion with those from different milieus or different cultures: for instance in Eastern and Western Germany; Bohnsack, 2009).

Conclusions

When developing qualitative methods for the interpretation of pictures, it seems to be important not to explain pictures by texts, but to differentiate them from texts. Nevertheless, it seems equally important to develop common standards or methodological devices which are relevant for the interpretation of texts, as well as for the interpretation of pictures. Examples of common standards are: to treat the text as well as the picture as a self-referential system, to differentiate between explicit and implicit (atheoretical) knowledge, to change the analytic stance from the question *What* to the question *How*, to reconstruct the formal structures of texts as well as pictures in order to integrate single elements into the over-all context, and — last but not least — to use comparative analysis. The application or realization of these common standards and methodological devices in the field of the interpretation of pictures, however, has to be quite different from that of the interpretation of texts, if we intend to advance to iconicity as a self-contained domain, to its inherent laws and to its autonomy independent from texts.

References

- Baltruschat, Astrid (2010). Film interpretation according to the documentary method. In: Bohnsack, Ralf/ Pfaff, Nicolle/ Weller, Wivian (eds.) (2010): *Qualitative analysis and documentary method in international educational research* (pp. 311–342). Opladen/Farmington Hills: Barbara Budrich. URL: <http://www.budrich-verlag.de/pages/details.php?ID=334> (accessed 11.07.2017).
- Baltruschat, Astrid (2011). Pars pro toto: film interpretation according to the documentary method illustrated by means of an example. In: *Educação Temática Digital (ETD)*, Jg. 12, Heft 2, pp. 77–92. URL: <http://www.fae.unicamp.br/revista/index.php/etd/article/view/2299> (accessed 11.07.2017).
- Barthes, Roland (1967). *Elements of semiology*. London: Jonathan Cape.
- Barthes, Roland (1991). *The responsibility of forms. Critical essays on music, art and representation*. Berkeley: University of California Press.
- Belting, Hans (2001). *Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*. München: Fink.
- Berger, Peter & Peter Luckmann (1966). *The social construction of reality*. Garden City, New York: Doubleday.
- Birdwhistell, Ray L. (1952). *Introduction to kinesics (An annotation system for analysis of body motion and gesture)*. Louisville: University of Louisville.
- Boehm, Gottfried (1978). Zu einer Hermeneutik des Bildes. In Hans-Georg Gadamer & Gottfried Boehm (Eds.), *Seminar: Die Hermeneutik und die Wissenschaften* (pp. 444–471). Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Bohnsack, Ralf (2001). Dokumentarische Methode. Theorie und Praxis wissenssoziologischer Interpretation. In Theo Hug (Ed.), *Wie kommt Wissenschaft zu Wissen? Bd. 3: Einführung in die Methodologie der Kultur- und Sozialwissenschaften* (pp. 326–345). Baltmannsweiler.
- Bohnsack, Ralf (2003). Qualitative Methoden der Bildinterpretation. *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft (ZfE)*, II, pp. 159–172.
- Bohnsack, Ralf (2004). Group discussion. In Uwe Flick, Ernst von Kardorff Iris Steinke (Eds.), *A companion to qualitative research*. (pp. 214–220). London: Sage.
- Bohnsack, Ralf (2006). Mannheims Wissenssoziologie als Methode. In Dirk Tänzler, Hubert Knoblauch, Hubert & Hans-Georg Soeffner (Eds.), *Neue Perspektiven der Wissenssoziologie* (pp. 271–291). Konstanz: UVK.
- Bohnsack, Ralf (2007a). Die dokumentarische Methode in der Bild- und Fotointerpretation. In Ralf Bohnsack, Iris Nentwig-Gesemann & Arnd-Michael Nohl (Eds.), *Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung (2nd edition)*, pp. 67–90. Wiesbaden: VS-Verlag.



Bohnsack, Ralf (2007b). «Heidi»: Eine exemplarische Bildinterpretation auf der Basis der dokumentarischen Methode. In Ralf Bohnsack, Iris Nentwig-Gesemann & Arnd-Michael Nohl (Eds.), *Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung* (2nd edition, pp. 323–337). Wiesbaden: VS-Verlag (2nd edition).

Bohnsack, Ralf (2007c). Zum Verhältnis von Bild- und Textinterpretation in der qualitativen Sozialforschung. In Barbara Friebertshäuser, Heide von Felden, Heide & Burkhard Schäffer (Eds.), *Bild und Text — Methoden und Methodologien visueller Sozialforschung in der Erziehungswissenschaft*. (pp. 21–45). Opladen: Barbara Budrich.

Bohnsack, Ralf (2007d). Dokumentarische Bildinterpretation am Beispiel eines Werbefotos. In Renate Buber & Hartmut Holzmüller (Eds.), *Qualitative Marktforschung. Konzepte. Methoden. Analysen* (pp. 951–978). Stuttgart: Gabler.

Bohnsack, Ralf (2009). *Qualitative Bild- und Videointerpretation. Die dokumentarische Methode*. Opladen/Farmington Hills: UTB.

Bohnsack, Ralf (2010a). Documentary method and group discussions. In: Bohnsack, Ralf/ Pfaff, Nicolle/Weller, Wivian (eds.): *Qualitative analysis and documentary method in international educational research* (pp. 99–124) Opladen & Farmington Hills URL: <http://www.budrich-verlag.de/pages/details.php?ID=334> (accessed 11.07.2017).

Bohnsack, Ralf (2010b). *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methoden*. Opladen und Farmington Hills, MI 2010 (8th edn.).

Bohnsack, Ralf (2013). Documentary method. In: Flick, Uwe (ed.): *SAGE handbook of analyzing qualitative data* (pp. 217–233) Thousand Oakes/London/New Delhi: Sage.

Bohnsack, Ralf/Pfaff, Nicolle/Weller, Wivian (eds.) (2010): *Qualitative analysis and documentary method in international educational research*. Opladen/Farmington Hills: Barbara Budrich URL: <http://www.budrich-verlag.de/pages/details.php?ID=334> (accessed 11.07.2017).

Bohnsack, Ralf (2017a). *Praxeologische Wissenssoziologie*. Opladen/Toronto: Barbara Budrich/UTB.

Bohnsack, Ralf (2017b). *Praxeological Sociology of Knowledge and Documentary Method: Karl Mannheim's Framing of Empirical Research*. In: Kettler, David/Meja, Volker (Hg.): *The Anthem Companion to Karl Mannheim*. London/New York/Delhi.

Bohnsack, Ralf & Przyborski, Aglaja (2006). Diskursorganisation, Gesprächsanalyse und die Methode der Gruppendiskussion. In Ralf Bohnsack, Aglaja Przyborski & Burkhard Schäffer (Eds.), *Das Gruppendiskussionsverfahren in der Forschungspraxis*. (pp. 233–248). Opladen & Farmington Hills: Barbara Budrich.

Bohnsack, Ralf/ Pfaff, Nicolle/ Weller, Wivian (eds.) (2010). *Qualitative analysis and documentary method in international educational research*. Opladen/Farmington Hills: Barbara Budrich. URL: <http://www.budrich-verlag.de/pages/details.php?ID=38,98> (accessed 11.07.2017).

Bourdieu, Pierre (1990). *Photography. A middle-brow art*. Stanford: Stanford University Press.

Bourdieu, Pierre (1992). *The practice of reflexive sociology (The Paris workshop)*. In Pierre Bourdieu & Loïc J. D. Wacquant (Eds.), *An invitation to reflexive sociology* (pp. 217–260). Cambridge: Polity Press.

Eco, Umberto (1968). *La struttura assente*. Milano: Bompiani.

Eco, Umberto (1994). *Einführung in die Semiotik* (8th edition). München: Fink.

Foucault, Michel (1989). *The order of things. An archaeology of the human sciences*. London: Routledge.

Garfinkel, Harold (1961). *Aspects of common sense knowledge of social structures*. In International Sociological Association (Ed.), *Transactions of the Fourth World Congress of Sociology* (Vol. IV, pp. 51–65). Lovain: International Sociological Association.

Garfinkel, Harold (1967). *Studies in ethnomethodology*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Gebauer, Günther & Wulf, Christoph (1995). *Mimesis. Culture — art — society*. Berkeley: University of California Press.

Goffman, Erving (1979). *Gender advertisements*. New York: Harper and Row.

Goodwin, Charles (2001). *Practices of seeing visual analysis: An ethnomethodological approach*. In Theo van Leeuwen & Carey Jewitt (Eds.), *Handbook of visual analysis* (pp. 157–182) Los Angeles: Sage.

- Greub, Thierry (Ed.) (2001). *Las Meninas im Spiegel der Deutungen. Eine Einführung in die Methoden der Kunstgeschichte*. Berlin: Reimer.
- Günthner, Susanne & Knoblauch, Hubert (1995). Culturally patterned speaking practices — The analysis of communicative genres. *Pragmatics*, 5(1), pp. 1–32.
- Heidegger, Martin (1986). *Sein und Zeit*. Tübingen: Mohr. [Orig. 1927].
- Imdahl, Max (1979). Überlegungen zur Identität des Bildes. In Odo Marquard & Karlheinz Stierle (Eds.), *Identität (Reihe: Poetik und Hermeneutik, Bd. VII)* (pp. 187–211). München: Fink.
- Imdahl, Max (1994). Ikonik. Bilder und ihre Anschauung. In Gottfried Boehm (Ed.), *Was ist ein Bild?* (pp. 300–324). München: Fink.
- Imdahl, Max (1996a). Giotto — Arenafresken. *Ikonographie — Ikonologie — Ikonik*. München: Fink.
- Imdahl, Max (1996b). Wandel durch Nachahmung. Rembrandts Zeichnung nach Lastmanns «Susanna im Bade». In Max Imdahl, *Zur Kunst der Tradition. Gesammelte Schriften, Vol. 2* (pp. 431–456). Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Imdahl, Max (1996c). Pose und Indoktrination. Zu Werken der Plastik und Malerei im Dritten Reich. In Max Imdahl, *Reflexion — Theorie — Methode. Gesammelte Schriften, Vol. 3* (pp. 575–590). Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Knoblauch, Hubert (2006). Videography. focused ethnography and videoanalysis. In Hubert Knoblauch, Bernt Schnettler, Jürgen Raab & Hans-Georg Soeffner (Eds.), *Video analysis. Methodology and methods. Qualitative audiovisual data analysis in sociology* (pp. 69–83). Frankfurt a.M.: Peter Lang.
- Leeuwen, Theo van (2001). Semiotics and iconography. In Theo van Leeuwen & Carey Jewitt (Eds.), *Handbook of visual analysis* (pp. 92–118). Los Angeles: Sage.
- Luhmann, Niklas (1987). *Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1990). *Die Wissenschaft der Gesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Mannheim, Karl (1952). On the interpretation of Weltanschauung. In Karl Mannheim, *Essays in the sociology of knowledge* (pp. 33–83). London: Routledge & Kegan Paul.
- Mannheim, Karl (1980). *Strukturen des Denkens*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Mannheim, Karl (1982). *Structures of Thinking*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Mitchell, William J. T. (1994). *Picture theory. Essays on verbal and visual representation*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Nentwig-Gesemann, Iris (2006). The ritual culture of learning in the context of family vacation: a qualitative analysis of vacation pictures. In Tobias Werler & Christoph Wulf (Eds.), *Hidden dimensions of education. Rhetoric, rituals and anthropology* (pp. 135–148). Münster: Waxmann.
- Panofsky, Erwin (1932). Zum Problem der Beschreibung und Inhaltsdeutung von Werken der Bildenden Kunst. *Logos*, XXI, pp. 10–119.
- Panofsky, Erwin (1955). Iconography and iconology: An introduction to the study of Renaissance art. In Erwin Panofsky, *Meaning in the visual arts* (pp. 51–81). Harmondsworth, Middlesex: Penguin Books.
- Panofsky, Erwin (1992). Die Perspektive als «symbolische Form». In Erwin Panofsky (Ed.), *Aufsätze zu Grundfragen der Kunstwissenschaft* (pp. 99–167). Berlin: Wissenschaftsverlag Spiess. [Orig. 1927]
- Popper, Karl R. (1959). *The logic of scientific discovery*. London: Hutchinson & Co.
- Salgado, Sebastião (1997). *Terra*. Frankfurt a.M.: Zweitausendeins.
- Sacks, Harvey (1995). *Lectures on conversations. Vol. I & II*. Oxford (UK) and Cambridge (USA): Blackwell.
- Schutz, Alfred (1964). *Collected papers I*. Den Haag: Martinus Nijhoff.
- Schütze, Fritz (1987). *Das narrative Interview in Interaktionsfeldstudien: Erzähltheoretische Grundlagen*. Studienbrief der Fernuniversität Hagen.
- Wagner-Willi, Monika (2006). On the multidimensional analysis of video-data. Documentary interpretation of interaction in schools. In Hubert Knoblauch, Bernt Schnettler, Jürgen Raab & Hans-Georg Soeffner (Eds.), *Video analysis. Methodology and methods. Qualitative audiovisual data analysis in sociology* (pp. 143–153). Frankfurt a.M.: Peter Lang.

Куда идет «Троллейбус»? Социологический ресурс одной фотографии

Наталья Веселкова*

Работа с картинкой «самой по себе» в рамках «сильной программы» (так ниже) визуального анализа представлена как одна из точек входа в исследовании визуального, наряду с другими возможными порталами — фигурой автора, историей создания и бытования объекта. Известная фотография Роберта Франка «Троллейбус. Новый Орлеан. 1955» была выбрана Еленой Мещеркиной (Рождественской) для открытия рубрики «Визуальная социология» в первом номере журнала «ИНТЕР» в 2002 г. В настоящей статье на примере того же образа обсуждается специфика, условно, американского и российского взглядов, общим в них является внимание к сегрегации, различным — восприятие динамики и эмоционального ряда. Энергетику снимка и всей фотокниги «Американцы», частью которой он является, по сей день питает напряжение понятного и непонятного, американского и неамериканского. Воплощенные фотографом темы отчуждения и хипстеризма получают сегодня новое звучание так же, как и практики художественного прочтения (Дж. Кук, Дж. Дей, М. Хеннер) такого «гиперканонизированного» текста, каким, по выражению У. Т. Митчелла, стало анализируемое произведение.

Ключевые слова: визуальный анализ, Роберт Франк, фотокнига «Американцы», отчуждение, хипстеры, апроприация

В 2017 г. рубрика «Визуальная социология», как и весь журнал «ИНТЕР», отмечает свое 15-летие. Уже первый номер журнала в 2002 г. содержал необычную тогда вставку с фотографией «Троллейбус» Роберта Франка на полстраницы и небольшой аналитической зарисовкой Елены Мещеркиной (Мещеркина, 2002, с. 85). В этой статье я хотела бы вернуться к данному материалу с целью проявить ресурс снимка, предложив «Троллейбусу» проехать в аудитории Уральского федерального университета и продолжив затем обсуждение некоторых связанных с ним тем.

В приглашении к социологическому разговору о визуальном в «ИНТЕРе» было выдвинуто три важных тезиса: 1) научность как воспроизводимость за счет прозрачности всей процедуры анализа, 2) восприятие картинки как текста и 3) рассмотрение этого текста самого по себе. Последний пункт, по сути, задает «сильную программу» визуального анализа, утверждая самостоятельность картинки в духе У. Т. Митчелла (Mitchell, 2005; Митчелл, 2015). Как-то мне довелось участвовать в школьном семинаре, где младшеклассники обсуждали картину «Над городом» М. Шагала: они разглядывали репродукцию и делились тем, что видят и чувствуют. Смелость методики заключается в том, чтобы проводить занятия без всякого искусствоведческого предисловия¹. Здесь должна

* Веселкова Наталья, кандидат социологических наук, доцент УрФУ. vesselkova@mail.ru.

¹ С одним лишь условием — выбирать действительно достойные произведения. О том, что «Над городом» М. Шагала пользуется расположением детских педагогов, свидетельствуют и материалы сайта «booknik младший», однако там подход построен все же на том, «как говорить с детьми об искусстве» (Гершович, 2010).

быть 1, в режиме исправлений почему-то 2 Такова же, согласно «сильной программе», и установка исследователя — рассматривать визуальный объект сам по себе, не пряча голову «в песок контекста» (Ушакин, 2016²). При этом речь идет не об исключении какого-то элемента коммуникативной цепочки (автор, адресат, условия создания и использования) (см., напр.: Мещеркина, 2002; Мещеркина-Рождественская, 2007), но о точках входа в начале анализа. Если, скажем, в традиционном искусствоведении принято «плясать от печки» — художественной школы, биографии художника и истории создания шедевра, а со «смертью автора» все внимание переместилось на фигуру зрителя-читателя, то в данном случае «порталом» становится сама картинка. В выигрыше оказываются те, кто ничего не знает об объекте, на них не давят предыстории, каноны и контексты. Сказанное не означает, что восприятие теперь парит в свободном полете; как и всегда, оно форматировано габитусом зрителя, и без панциря познаний именно эти его социокультурные характеристики («суждения вкуса», сказал бы П. Бурдьё) выходят на первый план.

Рассматривая «Троллейбус» Р. Франка на занятии Е. Мещеркиной в 2000 г., мы со слушателями курсов Центра социологического образования ИС РАН видели это изображение впервые. И поскольку дело происходило в стенах Института социологии, идея социальной стратификации не преминула быстро явиться в обсуждении. В 2017 г. студентам магистратуры УрФУ (философия, социология) фотография тоже не знакома, и так же одним из первых возник тезис (не)равноправия. «Дети, женщины и чернокожие» находятся все вместе и в этом плане равны, — рассуждают магистранты, но тут же отмечают, что «тогда еще не было равноправия»; звучит слово «апартеид», образ определяется как «сильный пример расовой сегрегации». Место и время идентифицируются однозначно как США 30–60-х гг. XX в.

Е. Мещеркина фиксирует расположение афроамериканцев в «хвосте» транспорта как возможный акцент анализа, однако в целом дает более широкий ракурс «социальной дифференциации» по критериям не только расы, но и пола, возраста и статуса, упоминая о принципиально возможном, но на практике ограниченном равенстве шансов (Мещеркина, 2002, с. 85–86). Как и Е. Мещеркина, магистранты подчеркивают контрастную графичность фотографии, но описывают свое впечатление через «инь и янь», а не стратификацию, причем «белого» им видится больше.

«Троллейбус. Новый Орлеан, 1955» — довольно известный образ. Один из 83 кадров, составляющих фотокнигу «Американцы», с 1959 г. он присутствует на обложке почти каждого из ее многочисленных изданий. Для американцев, похоже, он говорит, если не вопиет, именно о расизме. Закодированное по данной теме фото фигурирует в исследовании Александра Нестеренко и Зои Смит (Nesterenko, Smith, 1984)³. Марита Штуркен и Лиза Картрайт в своем пособии по визуальной культуре также выбирают для разбора именно «Троллейбус» и акцентируют в нем расовую сегрегацию. «Власть этого образа обусловлена не только его статусом фотосвидетельства, но также и мощным воскрешением в памяти жизненных битв» (Sturken, Cartwright, 2001, p. 18–19). Авторы уверены, что у современного зрителя образ возбуждает сильные эмоции по поводу того, что вот-вот произойдет на американском Юге, ведь Франк побывал там накануне того, как законодательство о сегрегации, политика и социальные нравы начнут радикально меняться под воздействием борьбы за гражданские права. Мысль о скором крушении расистских устоев приходит на ум и историку Джорджу Коткину. На лице черного

² Из фейсбук-комментария (21.12.2016) по поводу редакторской позиции в сб. «Письма войны» (ср.: Голубев, Ушакин, 2016, с. 9, 13).

³ Студентам университета (n=103): предъявляли 8 фотографий по числу тем из книги Франка и просили определить, что они сообщают об американской жизни. Далее просили вообразить набор фотографий о жизни, как они ее видят, и набор фотографий, описывающих идеальную американскую жизнь — что бы они сообщали? Сформированные на основе интервью 15 позитивных и 15 негативных утверждений затем оценивались участниками (n=26) по методу Q-сортировки.



пассажира ученый видит безысходность и боль, во взгляде — едва ли не страх, тогда как щеголеватый мальчик в галстучке-бабочке благословлен своим достатком и белым цветом кожи (Cotkin, 1985, p. 30–31; 2015, p. 112). Очевидно, что эти контрасты не из памяти сегодняшних российских студентов, хотя они и узнают сходство и безошибочно США соответствующего периода. И если для американских исследователей легендарны антирасистские «битвы», то в российской аудитории возникло предположение (несущее следы текущей медийной повестки), не мигранты ли это на снимке, недавно прибывшие в страну и подавленные сложностями обустройства?

Эмоциональный ряд, который считают магистранты, совсем не отмечен волнением: «скучающие лица», «взгляд понурый», «ребенок плачет» — напряжение и вместе с тем рутина повседневной жизни, в которой нет «экшена». Лица людей кажутся однообразными в силу их подчиненности общему безрадостному настроению. Американские авторы, напротив, усматривают большие различия в выражении лиц пассажиров, в зависимости от расы, социального класса и т. п. Таким образом, если позволить себе обобщения по поводу американского и российского взглядов⁴, оба фиксируют «американское» и расизм, но в первом случае дискриминация воспринимается как предвестие скорых перемен, во втором — просто как часть общей стратификационной матрицы.

Более общим критерием оказывается динамика (грядущие изменения), точнее, ее наличие или отсутствие. Вторая тема «Троллейбуса», коллективное путешествие по жизни (по М. Штуркен и Л. Картрайт; согласно Л. Байер, это сквозная идея всей книги (Baier, 1981)), по данному критерию варьирует в восприятии еще сильнее, чем расовая стратификация. Общественный транспорт распознается сразу — трамвай либо поезд, а вот троллейбус не назвал никто. (В недавнем итальянском издании «Американцев» «Троллейбус» в подписи превратился в «Трамвай» (см. рис. 1)). Е. Мещеркину неочевидность



Рис. 1. Разворот книги «Gli americani. Contrasto» (2008) с фотографией Роберта Франка «Троллейбус. Новый Орлеан, 1995 год». Фото автора⁵

⁴ На уровне предварительных гипотез, для уточнения и проверки которых, конечно, понадобятся систематические сравнения в рамках специального исследования.

⁵ С благодарностью к сотрудникам Центра фотографии «Март» в Екатеринбурге А. Берковичу и Р. Зориной.

и вероятная неважность конкретного средства передвижения и, очень любопытно, возможность его воображаемого «продления» вперед и назад по горизонтали приводят к выводу об уместности метафоры «социальности в ее нью-орлеанском воплощении» (Мещеркина, 2002, с. 86), но без движения, или путешествия. Не говорили о путешествии и студенты. Возникшее было предположение о туристической экскурсии не получило развития по причине уж слишком скушающих лиц, не характерных для жадных до впечатлений туристов.

Ощущение статичности, возможно, исходит от спокойных поз пассажиров. Размытые, но не смазанные отражения-блики по верхнему краю также свидетельствуют о том, что машина стоит. Наконец, расположение кресел и находящихся в них людей говорит о направлении справа налево, т. е. словно бы в прошлое. Экзистенциальная динамика интерпретации М. Штуркен и Л. Картрайт явно противоречит статике, которая бросается в глаза российской аудитории. Впрочем, прочтение специалистов можно заподозрить в обусловленности утвердившейся трактовки книги в целом. Чтобы разобраться в этом, перейдем от картинки к другим звеньям коммуникативной цепочки: как и в рамках какого комплекса изображений создавался интересующий нас снимок, какой аудитории предлагался и каким образом воспринимался.

Американское под вопросом

Как показывает анализ публикаций, посвященных фотокниге «Американцы», восприятие отдельных кадров и всей книги исполнено противоречий, среди которых важную роль играет напряжение *понятого и непонятого, американского и неамериканского*.

Если фотография и считалась когда-то заведомо «понятым» механическим отпечатком реальности, то во второй половине XX в. ситуация кардинально меняется, в немалой степени благодаря С. Сонтаг. В серии эссе для «Нью-Йоркского книжного обозрения» (составивших в 1977 г. сборник «О фотографии») она говорит о разнообразии и своевласти фотографии, обращаясь в т. ч. и к Франку. Тогда же выходит статья американского социолога, фотографа и музыканта Г. С. Беккера, провозгласившая сродство фотографии и социологии (Becker, 1974), где «Американцам» отводится роль не просто исследования, но открытия культурных тем, модальных личностей, социальных типов и атмосферы характерных социальных ситуаций. По своей значимости фотокнига ставится вровень с анализом американских институтов у Токвилля и культурных тем у М. Мид и Р. Бенедикт (подробнее см.: Becker, 1995). Все эти истолкования не мешают, однако, Дж. Куку в целом ряде статей уже в 1980-х со вкусом смаковать непрозрачность «Американцев»: не способные больше шокировать, они остаются раздражающе непонятными, непередаваемыми в «рациональную, т. е. словесную» форму (Cook, 1982). У. Т. Митчелл посвящает немало страниц рассуждению о том, что данные образы и не могут быть однозначно поняты (Mitchell, 2005).

В более поздних текстах можно встретить прямо противоположные указания на «бескомпромиссную ясность» визуальных высказываний Франка (Harris, 2011, р. 94). Времени ли это работа, когда завершение исторической эпохи дарует ясный взгляд на нее, или усердие критиков, стараниями которых достигнуто, наконец, внятное прочтение фотографий мастера? (Я склоняюсь к тому, что размятый до полной податливости материал бросает особый вызов — сквозь наслоения стереотипных трактовок пробиться к жизни образов, которая теперь неустраима сплетена со всей этой критикой и рецепцией в виде изданий, выставок и аукционов).

Колебание *понятого — непонятого* взаимосвязано с воспринимаемыми коннотациями *американского — анти-/неамериканского*. Несмотря на предыдущие успехи



Франка⁶, книга сначала не получила поддержки в США и впервые была напечатана в 1958 г. во Франции его другом Робером Дельпиром. К тому моменту Дельпир уже выпустил работы таких именитых фотографов, как Р. Дуано, А. Картье-Брессон и Дж. Роджер, которые напоминали документальные кейс-стади о парижанах, балинезийцах и нубийцах, — издатель, по мнению Дж. Лэдда (Ladd, 2012), питал явную слабость к антропологии⁷. Вот в какой ряд вписались «Американцы» Франка, а подзаголовки и подобранные Аленом Боске выдержки с критическими описаниями американской жизни из У. Фолкнера, С. де Бовуар, Дж. Стейнбека и др. придали изданию «особый антропологический аромат» (Ladd, 2012; Day, 2011, p. 59).

Критики отмечают, что тексты сделали книгу менее «американской», иные прямо заявляют об ее антиамериканской направленности (Cook, 1982; Sweetman, 1985, p. 199; Campbell, 2003, p. 205). В появившейся все же спустя год американской версии вместо подзаголовков и цитат было только короткое предисловие Джека Керуака (культовый роман которого «В дороге» (1957 г.) считают весьма созвучным «Американцам» Франка). Однако и в таком виде книга весьма скандализовала публику, прежде всего специалистов из числа редакторов фотожурналов. Упреки относились и к технической стороне (неправильное расположение фигур, размытый фокус и «пьяные горизонты», высокая зернистость), и к содержательной. Казалось, автор выпятил все уродливые проявления, как если бы американцы только и делали, что гоняли пиво, использовали автоматы и размахивали флагом, будучи напыщенными, эгоистичными и нетерпимыми, погрязшими во власти золотого тельца, кошунственными и нечувствительными⁸.

Сам Франк еще до издания книги словно отвечал на будущие нападки: да, его взгляд очень личный, поэтому многие грани упущены, однако важно схватить то, что невидимо для других, надежды ли ноты при этом звучат или печали. Упоывая на визуальное воздействие образов, фотограф полагал объяснения вообще ненужными. В итоге в «аутентичном современном документе», каковым автор считал свое детище (Frank, 1958), возмущенные американские граждане усмотрели клеветнические нападки на их патриотизм и добропорядочность (Baier, 1981, p. 55).

Слава настигла «Американцев» на рубеже 1960–1970-х гг. и в дальнейшем все возрастала, дойдя до «гиперканонизации» (Mitchell, 2005, p. 276). В такой ситуации первоначальное неприятие легко принять за недалекое злопыхательство. Во избежание подобного упрощения следует помнить, что вызов был брошен не только национальной гордости, но и вере в светлые гуманистические идеалы. Вопреки У. Уитмену⁹

⁶ Из многократно описанных достижений этого периода назовем только участие в престижной выставке 1955 г. «Семья человеческая», для которой Э. Стайхен взял целых семь фотографий Франка (Alexander, 1986), и поддержку фонда Гуггенхайма, где Франк стал первым иностранным грантополучателем.

⁷ Для понимания общей интеллектуальной атмосферы, интереса к по-новому открываемой культуре Другого немаловажно, что в том же 1958 г. во Франции выходят «Социология Алжира» П. Бурдьё и «Структурная антропология» К. Леви-Стросса, несколькими годами ранее появилась книга Леви-Стросса «Печальные тропики» о Бразилии. Робер Дельпир, и сам ставший сегодня легендарной фигурой, сотрудничает с Франком с начала 1950-х гг. В 1952 г. Дельпир посвятил ему весь декабрьский выпуск культурного обозрения «Neuf» — 28 фотографий Франка из Перу и Боливии в сопровождении текста Жоржа Арно. В 1956 г. Дельпир поместил снимки Франка и еще двух фотографов в книгу очерков Арно «Индейцы не мертвы» (Alexander, 1986, p. 15; Glenn, 2011, p. 263; Day, 2011, p. 59).

⁸ Так, в вольном изложении, выразился один из редакторов журнала «Популярная фотография» Л. Барри (An Off-Beat View..., 1960).

⁹ Значимость уитменовского гуманизма для американской культуры прекрасно показал Ч. Райх в своей знаковой книге «Зеленая поросль Америки» (Reich, 1970), где он возвещает — одновременно с более известной у нас работой М. Мид о взаимодействии поколений — появление нового «типа сознания».

и, в фотографии, А. Стиглицу, пишет С. Сонтаг, люди вроде Франка выполняли подспудную задачу «показать, что Америка все же могила Запада» (Сонтаг, 2013, с. 69). Неудивительно поэтому, что и в 1980-х участники упоминавшегося исследования в американском университете видели в «Троллейбусе» и других характерных образах Франка в основном негатив (Nesterenko, Smith, 1984).

В условиях растущего признания «Американцев» многие стали объяснять невиданный дотоле взгляд на США иностранным происхождением автора. Крайним проявлением выступают статьи Дж. Кука, эмигрировавшего из Европы примерно в одно время с Франком: фотокнига говорит не о политике, расовых проблемах или бедности, но о культуре, которой, на взгляд европейца, в Штатах практически нет, как нет истории и связи с местом (Cook, 1982). Перебирая подобного рода антиамериканские коннотации, Кук доводит их до предела, к которому другие комментаторы не приближаются, однако «взгляд чужака», отравленный (или приправленный) декадентским эстетством европейца, за манерой Франка все же закрепился.

Вразрез с этой тенденцией, Джордж Коткин не считает видение Франка специфически европейским. Специалист по американской интеллектуальной истории, Коткин одним из первых показал, что книга выразила нечто очень американское, став такой же квинтэссенцией экзистенциального духа битников-хипстеров (Cotkin, 1985)¹⁰, как проза Дж. Керуака и публицистика Н. Мейлера.

Так привнесенное это настроение или сугубо американское, взгляд извне или изнутри? Известно, что данной работой Франк порвал со стандартами американских глянцевого журналов, равно как и сентиментальностью «Семьи человеческой» Э. Стайхена, однако фотокнига стала классикой не только благодаря разрывам и новациям, но и в силу глубинной связи со значимыми явлениями национальной фотографии. В первую очередь это относится к «Американским фотографиям» Уокера Эванса, а также грандиозному фотопроекту «Стандарт ойл», так что в «Троллейбусе», по наблюдению Дж. Дея, слышны отзвуки образов Эстер Бабли об автобусной поездке через всю страну, сделанных ею для данной компании в середине 1940-х гг. В то же время Франк совершенно их переписал, так что реальность Америки оказалась «гораздо более сложной и неоднородной, чем могла изобразить “Стандарт ойл”» (Day, 2014, p. 60).

Примечательна оценка, которую Дж. Дей дает женщине, сидящей в передней части троллейбуса. Она смотрит на фотографа и нас с нескрываемым подозрением и неудовольствием, а черные волосы, темное пальто и надменный взгляд напоминают злую ведьму из суперпопулярного в те годы голливудского фильма «Волшебник из страны Оз» (1939 г.) (Day, 2011, p. 115–116). Не берусь судить, насколько вероятной была бы подобная ассоциация среди современных американских студентов, а в УрФУ эту даму сравнили с «Неизвестной» Крамского. Общим в том и другом случае можно считать выражение надменности, расхождение же красноречиво иллюстрирует разность культурно-исторических контекстов восприятия. Различия пролегают и внутри аудитории: идея с картиной Крамского принадлежит студентке магистратуры Веронике (50 лет) и получила поддержку старшей части аудитории (включая меня), двадцатилетних же сравнение оставило равнодушными, возможно, потому, что в период их ученичества репродукция «Неизвестной» уже не входила в школьные учебники.

Если верно, что картинка хочет, чтобы на нее смотрели (Mitchell, 2005), то «Троллейбус» должен быть вполне удовлетворен. И сам он снова и снова взирает на нас из многочисленных изданий книги, журнальных статей и антологий, интернет-публикаций и экспозиций. В 2009 г. 50-летие американского издания было ознаменовано выставкой

¹⁰ Указывая на различия между хипстерами и битниками, Коткин тем не менее употребляет эти слова как взаимозаменяемые; подобным образом будем далее использовать понятие «хипстеры».



«Глядя внутрь: «Американцы» Роберта Франка» и выходом одноименной книги (Looking In..., 2008; Harris, 2011, p. 95). По представленным там фрагментам пленки можно видеть рождение «Троллейбуса»: фотограф снимал запруженные людьми улицы Нового Орлеана, когда, обернувшись, сделал этот кадр, отмечает куратор Сара Гриноу (Inside Photographer...). В 2017 г. минуло 70 лет с тех пор, как 22-летний Франк прибыл в Нью-Йорк со своим портфолио, сегодня продолжается мировое турне «Роберт Франк: книги и фильмы, 1947–2016». Оно призвано приблизить шоу, как именуется данное событие, к зрителям в 50 университетах, школах искусств, музеях и других некоммерческих организациях (Robert Frank..., 2017). Роль каталога взяла на себя «Зюддойче цайтунг», газета с читательской аудиторией в 1,43 млн человек, на первой полосе которой замер неизменный «Троллейбус» (Estrin, 2016). В России более скромная выставка прошла в 2012 г. в московском Мультимедиа Арт Музее (Мусвик, 2012).

Будто возражая против постмодернистского растворения авторства, подобные мероприятия составляют собственную констелляцию, конденсируя плотность и связность жизнедеятельности художника. Утрамбовывая контексты, они не дают разлететься значениям. В логике Сонтаг это хорошо, однако воцарившись в столь плотном окружении, как в кругу большой семьи, «Троллейбус» снова никуда не едет. Очевидно, что классический статус произведения препятствует большому разбросу креативных трактовок. Кроме того, утвердившееся понимание «Американцев» как поворотного пункта в истории фотографии, социальной критики и ностальгии предполагает сугубо ретроспективное отношение. Забронзовевший набор значений определенно нуждается в дебанализации, для чего я хочу предложить «встряхнуть» такие связанные с книгой темы, как отчуждение, хипстеризм и апроприация.

Актуальное: отчуждение, хипстеризм и апроприация

Общепризнанно, что работа Франка портретирует *настроения одиночества и отчуждения*. Это состояние в послевоенный период охватило и Старый, и Новый Свет, вылившись, по М. Мусто, в настоящий бум концепций отчуждения в 1960-е гг. В американской версии, в отличие от европейской, оно понималось в индивидуалистическом ключе, как проблема приспособления отдельного человека к существующему порядку (Мусто, 2013). В социологии классикой «американского отчуждения» стала статья Мелвила Симана 1959 г. (Seeman, 1959), в фотографии — книга Франка того же года издания. Американские студенты и десятилетия спустя находили в образах Франка все составляющие модели Симана: бессилие, бессмысленность, «безнормность», изоляцию и самоустрашение (Nesterenko, Smith, 1984)¹¹, что свидетельствует как о тревожащей актуальности данных явлений, так и убедительности визуального языка, найденного в «Американцах» для выражения отчуждения, — глубокие тени и контрасты, показ людей сквозь окна, двери и отражения (см., напр.: Kennedy, 2016, p. 70–71).

В четко выписанных клетках окон троллейбуса не только чернокожий мужчина с бесприютным взглядом выглядит, словно заключенный в тюрьме. По наблюдению Дж. Коткина, белые персонажи снимка, как и альбома в целом, такие же узники, поработанные черствой консьюмеристской реальностью (Cotkin, 1985, p. 31). Вообще, ироническое истолкование Франком американского патриотизма, консьюмеризма и т. п. не позволяет отнести произведение всецело к «индивидуалистической» версии отчуждения, скорее оно соединяет европейскую и американскую интеллектуальные традиции, как

¹¹ Ссылаясь на работу Симана 1959 г., авторы ошибочно приводят выходные данные статьи по отчуждению Дуайта Дина 1961 г.: Dean D. G. Alienation: Its meaning and measurement // American Sociological Review. 1961. № 26 (5). P. 753–758. (Nesterenko, Smith, 1984, p. 577).

их разводит М. Мусто (Мусто, 2013). Пожалуй, именно тема отчуждения дает ключ к пониманию столь разного позиционирования, когда одни видят в работе Франка прежде всего социальную критику в духе «критического реализма» (Sweetman, 1985, p. 196–199, 202), другие, напротив, акцентируют глубоко личный взгляд и относят Франка наряду с Уильямом Кляйном и Ральфом Евгением Митъярдом к «субъективному повороту» в фотографии (Mortenson, 2014). В целом же категории (само)отчуждения — (само)освоения отсылают нас к внимательному современному прочтению марксизма (см., напр.: Коряковцев, Вискунов, 2016) и социологическому потенциалу этих категорий.

По сути, Франк запечатлел мироощущение «американского экзистенциалиста-хипстера» 1950-х (Мейлер, 1992) с его отчуждением от мейнстрима и поисками аутентичности; *хипстеризм* оказывается социальным символом эпохи. Жажда подлинности знакома и современным молодым. Тогда же, в разгар холодной войны, она питалась остро ощущаемой реальностью «мгновенной смерти от атомной бомбардировки, или сравнительно быстрой смерти от рук Государства... или медленной смерти от конформизма», приводившей к существованию «лишь в настоящем, безграничном настоящем, которому неведомы ни прошлое, ни будущее, ни память, ни расчет» (Мейлер, 1992).

Еще одно принципиальное отличие «тех» хипстеров — идеализирующее восхищение аутентичностью афроамериканцев — доносит уже название процитированного эссе Н. Мейлера «Белый негр» (Мейлер, 1992). Герои Дж. Керуака не просто любят боп и дорогу, они хотели бы «обменяться мирами со счастливыми, искренними, восторженными неграми Америки» с их полнотой жизни, дабы не оставаться отчаявшимися, разочарованными «белыми» (Керуак, 2013, с. 257, 256). У Франка эта установка, по мнению Коткина, в высшей степени роднившая его с названными писателями, реализуется в показе афроамериканцев исполненными сексуальной жизненной силы, глубоких чувств и подлинности (Cotkin, 2015, p. 111), тогда как белые холодны и чопорны. А то и в буквальном смысле безлики, как сидящий впереди троллейбуса пассажир с головой, смазанной оконными бликами¹².

На этом фоне современные хипстеры кажутся утратившими всю экзистенциальную начинку, от переживания близости смерти до увлечения джазом. Аутентичность теперь балансирует между индивидуальностью и имитацией (Schiermer, 2014), а стремление выделиться оказывается таким расхожим и реализуется столь однотипно, что, по мнению наших студентов, превращает сегодняшних хипстеров в мейнстрим. Тем не менее хипстеризм на слуху и все больше привлекает внимание социальных ученых. Как рассматривают данное явление? Соблазну пойти по проторенной дорожке субкультурного подхода датский социолог Бьорн Ширмер противопоставляет аргументы о том, что это ненастоящая субкультура (Schiermer, 2014, p. 168). Виктор Вахштайн также старательно отделяет «хипстерский урбанизм» от «субкультуры», под которой понимается следование модному стилю (Хипстерский урбанизм..., 2016).

Слабо поддаются хипстеры и традиционному структурно-функциональному определению; однако Ширмер выводит все же следующее описание: молодежь около 20–35 лет, белые представители среднего класса, участники джентрификации рабочих, этнических или каких-нибудь районов в больших западных городах, обычно голосуют за левых, изучают гуманитарные науки, работают в «креативной индустрии», кафе, барах, музыкальных и модных магазинах (Schiermer, 2014, p. 170). У Самюэля Грина это тоже «двадцати с чем-то» лет космополитичные горожане, понятием «хипстеры» он оперирует, говоря о феномене московской «Болотной» (Greene, 2013, p. 48). Востребованной аналитической категорией оказывается вкус, понимаемый по Бурдьё как социальная конструкция,

¹² Франк не боится нарушать запрет «правильной» съемки на «обрезание» голов, поэтому его персонажи нередко красуются «безголовыми» (Baier, 1981; Mitchell, 2005, p. 284–287).



участвующая в воспроизводстве стратификации (Grief, 2010). В данном ключе хипстеры предстают подгруппой современной мелкой буржуазии, неолиберальными антрепренерами на переднем крае городского культурного производства, продвигающими, словами уже нашей студентки, искусство «жить на лайте».

В целом в текущих публикациях хипстеры населяют три пересекающиеся предметные области: стиль жизни и потребление, джентрификация и вообще урбанистика и политика. Обращений к хипстеризму первой генерации, способных, на мой взгляд, существенно обогатить социологический анализ, практически не наблюдается.

Итак, множество нитей связывают «Американцев» не только с прошлым, но и с настоящим, как в реалиях жизни, так и попытках их научного и художественного осмысления. К последним относятся художественные практики апроприации¹³. Еще в начале 1980-х стремление постичь образы Франка привело Дж. Кука к прорисовыванию одной за другой всех 83 фотографий, составивших нечто вроде детской раскраски (Cook, 1983; 1982; 1986)¹⁴. В 2012 г. европейский фотограф Мишка Хеннер взбудоражил заинтересованную общественность дерзко «уменьшенными» «Американцами». Обложка, формат и название «Less Américains» имитируют самое первое, французское издание Франка («Les Américains»), а вот картинки потеряли изрядную долю изображения: исчезли тела людей, часть ландшафтов и предметов, оставлены лишь отдельные детали. Заслуживает внимания «Автомобильная песенка» Вуди Гатри («Riding In My Car», 1944 г.) в качестве саундтрека, как и само перелистывание получившейся книжки, поспешность которого в видеоролике Хеннера (Henner, 2012a; 2012b) пародирует размеренное листание оригинала (см., напр.: Robert Frank..., 2013). В 2014 г. вышли в свет «Открытки с дороги: «Американцы» Роберта Франка» — уже вторая книга Джонатана Дея, где британский автор пытается прочувствовать сегодняшнюю Америку, ступая по следам мастера. «Открытки» соединяют собственные фотографии и прозу Дея с анализом образов Франка¹⁵.

Реакция прессы на последние проекты настолько напоминает первоначальную рецепцию «Американцев», что порой кажется, будто намеренно разыграна грандиозная историческая реконструкция. И Дея, и Хеннера ругают за то, что посягнули на святое, каковым теперь выступают не национальные идеалы и каноны фотографии, а их прочтение Франком. Преобразованные посредством стирания образы Франка превращаются у Хеннера в сюрреалистические загадки, пишет колумнист «Гардиан» (O’Hagan, 2012), воспроизводя неявным образом представление об имманентной понятности фотографии.

Сам Хеннер точно так же, как когда-то Франк, мнит, будто своими конструкциями показывает нечто, ранее не замеченное зрителями. Данное утверждение из интервью с молодым фотографом следует в материале «Нью-Йорк таймс» (Baker, 2012) «La Nouvelle-Orléans», где от старого доброго троллейбуса остались в прямом смысле рожки — два прямоугольника в верхней части, да ножки — три фрагмента металлической обшивки, вырезанные в виде деталек паззла, внизу (рис. 2).

¹³ По сравнению с жестом Шерри Левин приведенные здесь опыты Кука и Хеннера выглядят невинной забавой (их можно соотнести как жесткий и мягкий варианты присвоения), а фотографии Дея вообще не являются апроприацией, однако я сочла возможным рассмотреть их вместе, чтобы заострить внимание на трудном взаимодействии с канонизированным образом.

¹⁴ Не имея разрешения на публикацию работ Франка, Н. Кэмпбелл вынужденно использует подобного рода картинок просто как эрзац-копии. Его воспроизведение «Metropolitan Life Insurance Building — New York City» (Campbell, 2003, fig. 2, p. 219) довольно похоже на рисунок того же кадра, сделанный Дж. Куком (Cook, 1982, fig. 27), но отличается большей детализацией и штриховкой.

¹⁵ Аналитику Дж. Дея частично воспроизводит из своей предыдущей книги (Day, 2011), а название содержит аллюзию на высказывание Франка в его фотокниге 1989 г. «The Lines of My Hand», где он называет фотографии открытками отовсюду.

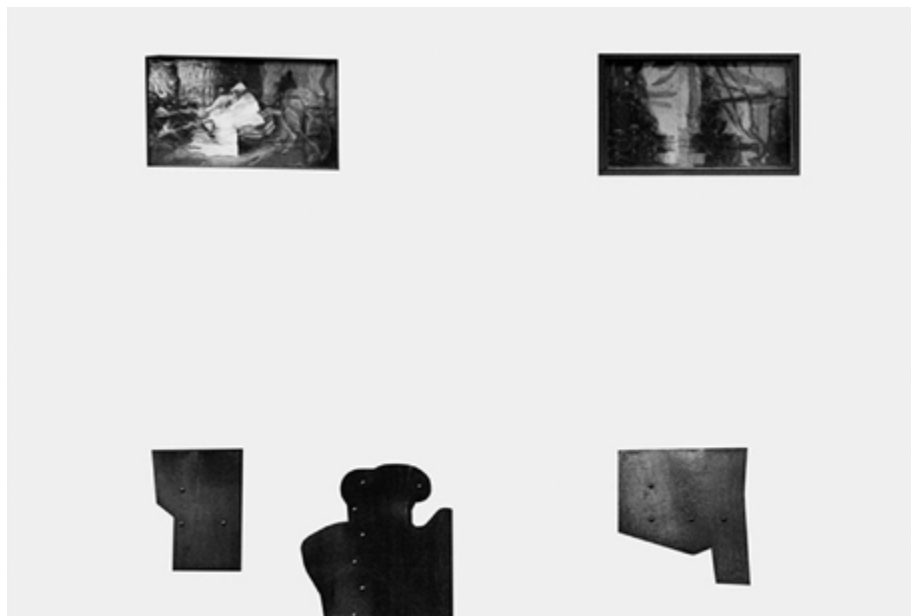


Рис. 2. Фотография «La Nouvelle-Orléans» из фотокнижки «Less Américains» (2012). Автор: Mishka Henner¹⁶

В таком изображении, говорит Хеннер, возникает «совершенно новое значение» (Baker, 2012), и в лучшей позиции здесь снова будет тот, кто не знаком с исходными образами (O’Nagan, 2012). Полагаю, данный тезис стоит уточнить. Во-первых, основной ресурс и притягательная сила любой художественной апроприации заключается как раз в манифестируемых отношениях родства с оригиналом, знакомство с которым, стало быть, предполагалось изначально. Во-вторых, выделенные в «Троллейбусе» фрагменты замечаются зрителями и в исходной фотографии. Скажу больше, Хеннер практически исполнил мою мечту, перенес акцент на расквартированные по верхнему краю блики. Магистранты во время обсуждения упоминали эти расплывчатые узоры, но тогда все внимание узурпировали пассажиры и само транспортное средство. Высказался по поводу бликов и Митчел, считая их отражениями какого-то действия за спиной фотографа (Mitchell, 2005, p. 280–282). Вместе с тем надо признать, что в конкуренции за внимание верхняя лента фреймов выигрывает все же в преобразованном варианте картинки.

Троллейбус Дея стал цветным, наполнился воздухом и объемом (Day, 2014, p. 59). Только в сравнении понимаешь, насколько у Франка он плоский, не взирая на присутствие дальних планов. Вагон Дея показан изнутри, точнее, зритель оказывается среди пассажиров, что помогает оценить накал отчужденности у Франка.

* * *

Погружение в историю одной фотографии с акцентом на ее социальной и социологической рецепции дает почву для размышлений о мутациях и устойчивости образа, настроек зрения, ценностных прерогатив и т. п. Социологи склонны рассматривать изображение само по себе в силу доминирующего интереса к современному восприятию, которое и становится главным контекстом и, в конце концов, предметом исследования.

¹⁶ Фотография публикуется с разрешения автора.



Признание самодостаточности картинка задает сильную программу визуального анализа, выступая в то же время всего лишь одной из возможных точек входа, за которой ожидают внимания другие элементы коммуникативной цепочки — авторство, адресация, бытование объекта.

Литература

- Гершович А. Почему они летают? // booknik младший. 05.02.2010. URL: <http://family.booknik.ru/articles/detyam-ob-iskusstve/pochemu-oni-letayut/> (дата обращения: 31.05.2017).
- Голубев А., Ушакин С. Экс-позиция письма: о правилах чтения чужой переписки // XX век: письма войны. М.: Новое литературное обозрение, 2016. С. 8–21.
- Керуак Дж. В дороге / Пер. В. Когана. СПб.: Азбука; Азбука-Аттикус, 2013.
- Коряковцев А., Вискунов С. Марксизм и полифония разумов. М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2016.
- Мейлер Н. Белый негр. Беглые размышления о хипстере // Вопросы философии. 1992. № 9. С. 131–145. URL: <http://ec-dejavu.ru/h/Hipster.html> (дата обращения: 31.05.2017).
- Мещеркина Е. Субъектив камеры // ИНТЕРакция. ИНТЕРвью. ИНТЕРпретация. 2002. № 1. С. 84–86.
- Мещеркина-Рождественская Е. Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Романова, В. Л. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007. С. 28–42.
- Митчелл У.Т. Чего на самом деле хотят картинки? / Пер. Д. Потемкина // Художественный Журнал. 2015. № 94. URL: <http://moscowartmagazine.com/issue/1/article/60> (дата обращения: 31.05.2017).
- Мусвик В. Место встречи // FotoFond. 02.11.12. URL: http://fotofond.ria.ru/territory_of_the_expert/20121102/549552130.html (дата обращения: 31.05.2017).
- Мусто М. Еще раз о марксовской концепции отчуждения // Альтернативы. 2013. № 3. URL: <http://su0.ru/MXz1> (дата обращения: 31.05.2017).
- Сонтаг С. О фотографии / Пер. В. Гольшева. М.: Ад Маргинем Пресс, 2013.
- Хипстерский урбанизм: как сделать жизнь в малых городах интересной // Соль. 26.07.2016. URL: <https://salt.zone/radio/2608> (дата обращения: 31.05.2017).
- Alexander S. The criticism of Robert Frank's «The Americans» [Master of Art Thesis]: University of Arizona, 1986. URL: <http://arizona.openrepository.com/arizona/handle/10150/277059> (дата обращения: 31.05.2017).
- An Off-Beat View of the U.S.A.: Popular Photography's Editors Comment on a Controversial New Book. Reviews of «The American» // Popular Photography. 1960. № 5 (46). P. 104–106.
- Baier L. Visions of Fascination and Despair: The Relationship between Walker Evans and Robert Frank // Art Journal. 1981. № 1 (41). P. 55–63.
- Baker S. Erasing «The Americans» // The New York Times. 28.02.2012. URL: <https://6thfloor.blogs.nytimes.com/2012/02/28/erasing-americans/> (дата обращения: 31.05.2017).
- Becker H. S. Visual sociology, documentary photography, and photojournalism: It's (almost) all a matter of context // Visual Sociology. 1995. № 1–2 (10). P. 5–14.
- Becker H. S. Photography and sociology // Studies in the anthropology of visual communication. 1974. № 1 (1). P. 3–26.
- Campbell N. «The look of hope or the look of sadness»: Robert Frank's dialogical vision // Comparative American Studies. 2003. № 2 (1). P. 204–211.
- Cook J. Robert Frank's America // Afterimage. 1982. № 8 (9). URL: <http://jnocook.net/frank/rfa.htm> (дата обращения: 31.05.2017).
- Cook J. The Robert Frank Coloring Book. Chicago: Artists Book Works, 1983. URL: <http://jnocook.net/frank/rfcolor1.htm> (дата обращения: 31.05.2017).
- Cook J. Robert Frank: Dissecting the American Image // Exposure. 1986. № 1 (24). URL: <http://jnocook.net/frank/frank.htm> (дата обращения: 31.05.2017).
- Cotkin G. Feast of Excess: A Cultural History of the New Sensibility. New York: Oxford University Press, 2015.

- Cotkin G. The photographer in the beat-hipster idiom: Robert Frank's *The Americans* // *American Studies*. 1985. № 1 (26). P. 19–33.
- Day J. *Postcards from the road: Robert Frank's The Americans*. Bristol: Intellect, 2014.
- Day J. *Robert Frank's The Americans: The Art of Documentary Photography*. Bristol: Intellect, 2011.
- Dean D. G. Alienation: Its meaning and measurement // *American Sociological Review*. 1961. № 26 (5). p. 753–758.
- Estrin J. Robert Frank, Valuing the Image Over the Object // *The New York Times*. 5.02.2016. URL: <https://nyti.ms/2qAahb2> (дата обращения: 31.05.2017).
- Frank R. A Statement // *U. S. Camera Annual*. 1958. P. 115.
- Glenn C. W. Frank, Robert // *The Grove encyclopedia of American art* / Ed. by J. M. Marter. Oxford: Oxford University Press, 2011. P. 263–265.
- Greene S. A. Beyond Bolotnaia: Bridging old and new in Russia's election protest movement // *Problems of Post-Communism*. 2013. № 2 (60). P. 40–52.
- Grief M. The Hipster in the mirror // *The New York Times*. 12.11.2010.
- Harris D. *The Americans at 50: A review of the exhibition and related publications of «Looking In: Robert Frank's The Americans»* // *Photography and Culture*. 2011. № 1 (4). P. 93–101.
- Henner M. *Less Américains* // *Vimeo*. 2012a. URL: <https://vimeo.com/36580564> (дата обращения: 31.05.2017).
- Henner M. *Less Américains* // *Lensculture*. 2012b. URL: <https://www.lensculture.com/projects/86-less-americains> (дата обращения: 31.05.2017).
- Inside Photographer Robert Frank's *The Americans*. Narrated by Sarah Greenough. [s. a.]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mHtRZBDOgag#t=153.787066> (дата обращения: 31.05.2017).
- Kennedy L. *Afterimages: Photography and US Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press, 2016.
- Ladd J. Master of the Photobook: Robert Delpire's Long and Legendary Influence // *Time*. 9.05.2012. URL: <http://time.com/3788403/robert-delpire/> (дата обращения: 31.05.2017).
- Looking In: Robert Frank's «The Americans» 50th Anniversary Celebration of Iconic Book of Photographs Premieres at National Gallery of Art, Washington; Travels to San Francisco and New York in 2009 // National Gallery of Art. Release. 14.02.2008. URL: <https://www.nga.gov/content/ngaweb/press/exh/0263.html> (дата обращения: 31.05.2017).
- Mitchell W. J. T. *What do pictures want?: The lives and loves of images*. Chicago: University of Chicago Press, 2005.
- Mortenson E. The Ghost of Humanism: Rethinking the Subjective Turn in Postwar American Photography // *History of Photography*. 2014. № 38 (4). P. 418–434.
- Nesterenko A., Smith C. Z. Contemporary interpretations of Robert Frank's *The Americans* // *Journalism Quarterly*. 1984. № 3 (61). P. 567–577.
- O'Hagan S. Mishka Henner's erased images: art or insult? // *The Guardian*. 23.05.2012. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2012/may/23/mishka-henner-less-americains> (дата обращения: 31.05.2017).
- Reich Ch. A. *The Greening of America*. New York: Random House, 1970.
- Robert Frank — *The Americans* (book) // *YouTube*. 2.10.2013. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8-01NkUGBO8> (дата обращения: 31.05.2017).
- Robert Frank: Books and Films, 1947–2017. A Two Week Pop-Up Show. 18 February — 3 March 2017, Berkeley // *Steidl*. URL: <http://su0.ru/USyl> (дата обращения: 31.05.2017).
- Seeman M. On the meaning of alienation // *American sociological review*. 1959. № 6 (24). P. 783–791.
- Sturken M., Cartwright L. *Practices of Looking: Images, Practices and Politics* // *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford: Oxford University Press, 2001. P. 10–44.
- Sweetman A. *Photobookworks: the critical realist tradition* // *Artists' Books: A Critical Anthology and Sourcebook* / Ed. by J. Lyons. Rochester, New York: Gibbs M. Smith, Inc. Peregrine Smith Books; Visual Studies Workshop Press, 1985. P. 187–205.
- Schiermer B. Late-modern hipsters: New tendencies in popular culture // *Acta Sociologica*. 2014. № 2 (57). P. 167–181.

Epistemological premisses of converting video of social events into the narrative

Svetlana Bankovskaya *

About thirty years ago D. Harper remarked that although photography and sociology emerged almost simultaneously, visual sociology — the use of photos, films and videos for the study of society, as well as the visual artifacts of society itself — is not quite productive and is developed on the periphery of Sociology as an integrated discipline (Harper, 2002). Indeed, in theory, the ambition of sociology, which claimed that it brings a truly scientific way for describing social life, might be directly supported by the new means to document the observation of the social life and above all — by photography. Possible technical difficulties, on the one hand, and the habit to rely upon written documents and numbers, on the other, prevented the amplifying the sociological data with photographic evidence, although it is likely that sociologists providently adhered to the typical for the science at that time belief that substantial is not visible and appearance is deceptive.

The specific way of verifiable study of the aspects of social life appears in sociology after the visual turn (Rubi, 2000; Heath, Hindmarsh, Luff, 2010; Back, Puwar, 2013; Pink, 2012; Prosser 1998, et al.). To put it quite simply, visual sociology, if it is something different and something more than a set of technical methods, can not, but proceed from the fact that the most important, or at least something extraordinarily important can and should primarily be **seen** in the social life. This means that a tacit assumption of invisibility of social substance has been dropped, and the substance of the visible was put in its place. What kind of social phenomena could provoke this turn?

On the Phenomenological nature of the Subject-matter of Video-based research

Non-communicative forms of social events' organization in the public area are of interest primarily because there are no adequate narratives for them, even if a wide variety of surveillance equipment and video fixation currently exists. Numerous surveillance cameras, security monitoring, etc. can be technically perfect, but they are completely useless, if the language of understanding and description of what is fixed on video would use the terms of intentional action, the meaning of which is captured by the participants in a conversation. If the conversation is not used or is not available to the observer, any attempt to submit — in Ricoeur's words — «meaningful action as a text» is ineffective and sometimes self-deceptive (Ricoeur, 2008; Ricoeur, 1976). The behavior of large masses of people, who in the strict sense of the word do not communicate — they do not talk to each other, in airports, squares, «public places», etc. — has been described, if at all documented, by extremely scarce and inadequate means. The same can be said about human interaction with a variety of the latest electronic devices.

* Bankovskaya Svetlana, Center for Fundamental Sociology, National Research University-Higher School of Economics. e-mail: sbankovskaya@gmail.com, sbankovskaya@gmail.com.

In today's world the development in technology runs parallel with the new social phenomena, to describe which we often have very scarce theoretical resources, even if the empirical, experimental observation base, sophisticated and reliable methods for obtaining data, are available.

Special attention of social researchers was recently attracted by the phenomena that are referred to in political and philosophical literature as a multitude, i.e., large entities, which do not suit the usual terms «group», «gathering», «audience», or even «crowd». Dispersed multitudes, coordination occurring beyond verbal means of communication (not-intended coordination), physical phenomena' coherence at the level of anticipation of partner's expressions and activities — all of this are found (or looked at) in part for the first time, and partially supported (embodied as the data) by the visual methods.

Phenomenal nature of the Social (Social as a visible phenomenon) was recognized by the phenomenological sociology, and, although not every visual sociology is based on the provisions of the philosophical and sociological phenomenology, the relationship between the visual turn and rapid career phenomenological sociology made in the 60s — 70s. is evident.

Indeed, the world of everyday life, with an interest in which phenomenological sociology, ethnomethodology, and some other non-formal approaches are often (and sometimes in vain) identified — is a world that is visibly occurring. The structures are not observable. Social systems *per se* are abstractions, their existence is disputed and, in any case, requires an additional evidence and testimonies. At the same time, actions, interactions, everyday communication can be seen as it is, and the question is not whether we can register it visually, but what is the advantage of one or another way of its detection and fixation, how to make it more heuristic. Since the interpretation of what is embodied in the picture, as well as the scenes recorded on camera, do not speak for themselves, in spite of all the evidence, visual studies were somehow preserved as an important but still a subsidiary method. Visual method usually came to the rescue when the other methods were not sufficient, still, it took considerable theoretical effort to account for visibility and observability as the specific features not only of the sociological method, but of the phenomena social life as well.

The point, once again, is that the video-records do not provide us with the material of social life as a such, as if we were dealing with theory in pictures.

Roles, institutions, structures, groups, systems, organizations, and more only in very rare cases speak for themselves. What we are likely to see directly in the photos or films, in fact, goes through several processes of interpretation, which simply cannot be avoided.

«What do we see?» — making Visible the Social and Video the Data

First of all, it is determined, of course, — socially, culturally and technically — by the observer's position. Selecting the shooting location, details, length, angle stability, etc., puts the imprint not only of the individual research interest. It is important, what scientific community an observer belongs to, what is considered to be important for the observation and follow-up communication at the outcome of the observation, how long will take the field work as a part of the project and how is justified the duration of the very project in the communication with the research community. Further, the amount of video material, except for the occasional shooting circumstances also depends not only on what I would like to know as the observer. The guidelines for visual sociology often mention the fact that usually a person gets tired, and his attention becomes dulled. Saved observations materials allow to return again and again to what could escape from the attention of the tired observer. The records remain forever the same and can be transferred to other colleagues for the study of exactly the same data. There is a temptation to conclude that these methods are utmost objective. But, of course, this is not so, and a reminder of the social constructedness in this sense is never superfluous.



The reflexivity of the researcher, taking into account the relativity of its own position and its dependence not only on the norms of acquiring knowledge in the community of observers, but also on the cultural and social conditioning of what he sees and hears, is a sine qua non for an ethically responsible sociological project. But it is not only that in the case of video.

Video creates a feeling of empathy and immersion rather than merely represents the picture. We get (by not only shooting, but also by retrofitting) inaccessible to the human unaided eye pan-optical image in action, which does not just «describe» what is going on, but directs our attention in a certain way. Therefore, a new attitude toward video-methodology can be called (borrowing the term from Lorimer) «more-than-representational» (Lorimer, 2005). Operators familiar with the situation, when looking through the footage, discover that on the screen, in the video, events, individual actions, objects look different (sometimes strikingly different) than it had in «reality», at the time of the shooting. They seem to be «estranged», even if they represent something very familiar, personal, intimate. Using video allows one to «see and hear the world other than we used to see and hear it in our everyday life» (Simpson, 2015, p. 28), and in this video to a greater extent than any other method meets the basic epistemological problems of scientific social study. Among such problems Z. Bauman distinguishes «estrangement» of the object as one of those epistemological methods that distinguishes scientific knowledge and judgment from the common-sensual one (Bauman, 1990).

The role of the camera, however, is much more sophisticated — it is able to strengthen impression (visual and audial) of the spectator, even if the spectator was present at the time of shooting; the camera can act as a Fabricator, storyteller, a magician... In any case, its role is ambiguous — it simultaneously connects (smiling with) and removes (smiling from) your object.

Video as a research material literally forces the «analyst» to use in his work not only his cognitive ability, but also affects, bodily and sensory practices (Back, Puwar, 2013). Thus, there is a problem of converting multi-modal and multi-sensory content of video material into uni-modal text / narrative. It remains open. How to make the out-coming data to «speak», and even more so — to «tell» something that is not available to the pure theoretical logic of everyday sight? How to «coin» the result or finding obtained in video analysis into recognizable for social scientists form of the text without losing the peculiarity of this analysis and without sacrificing details in the description of the result? How is possible such a narrative?

We are interested in the narrative which is not simply a statement of what happened, in «memory» as a «recalling», but rather in articulating, embodying the pronunciation of «here and now»; the content of this narrative is not transferred from the «mental maps of events» into the text, but is rather the summoning up of the direct visual impressions.

The Four-fold structure of the «multi-ordered observer»

The reflexion of the observer is a crucial part in converting images and details into the narrative. But what is «the observer's narrative»? In this case we deal with, so to speak, «multi-ordered» observer. And one and the same person can serve as the observer of different orders.

Thus, the observer of the first order (even armed with the camera), in fact, is a participant observer: he produces a video, creates the material / story to the narrative (or even «video-narrative») being inside a situation, part of which falls into the camcorder lens. His narrative (and vision) of this situation may not coincide completely with what gets in the video. However, this narrative contains a reflection on the distinction between the content of the situation, which falls into the record, and the general plan of the situation, which includes the observer / operator, but which does not coincide with the entry.

The observer of the second order is watching the situation recorded on video and, at the same time, he can watch the operator's position and to reflect on the «point of view» of the operator (even if it was the operator himself). This is reflection of non-participant observer

working with the image as the text, analyzing the situation given the content of its fragment (captured on video). His narrative and reflexivity (as to the judgments on situation are made on the basis of only its part observation and that the video situation is not in fact the situation itself, but an artifact, and, finally, that these judgments may depend on conditions / circumstances of operation with this artifact, ie video viewing conditions) are limited to the visible content and basically boil down to answering the question «What do I see in this record?», «What's going on here?», «How what has been going could be referred to?».

The observer of the third order — the one who, «taking off the layer» of the first impressions / Gestalt, is not satisfied with only the answer to the question «What's happening?», But seeks to respond to the next, deeper, question «What lies behind it?». To do this, one is, first of all, to delve into the «factuality» of what is happening in the video, marking, selecting, recording in his narrative of the smallest details visible in the picture of the situation. This view is actually an observer's and researcher's view, his narrative — it is rather a meticulous record (not necessarily «significant», «significance» is defined as a result of the study) all the components are taken into account and the «factuality» of the video itself. Actually the «significance», attributed to some detail and minute episodes in the picture is the «natural attitude», which is overcome in the third-order observation, the observer «estranges» from (his own or not) «self-evident» ideas about the importance of the observed situation in the context; This is the highlight of the third order reflection of the observer.

Finally, the fourth-order observer is placed in the experimental situation. He looks at the video in slow motion, the storyboard into fragments for a period of a few tenths of a second. He sees the «invisible» to the naked eye, it is able to reflect this mode synchronicity many parts (and not only the synchronicity of their co-presence of static and relations, but also the dynamics of this relationship changes — the actual movement, 'development' situation). His narrative — a story about what lies beyond the visible, usual, expected, unnoticed, self-a-evident, recognizable, reliable, obvious, etc. (Bankovskaya, Filippov, 2015).

Conclusion

How to construct the narratives of the video-files? Can we identify some general requirements for various narratives about the same structure of the video? What are the features of narrative structures of various orders of observation? What is happening to reflexivity in the narrative in the transition from one observation register to another? All these questions are both inevitable for the theory-oriented research based on video-methodology, and still open for reflexive consideration.

In general, the use of video as a data serves as the check-up and verification of our limited (and sometimes wrong) intuitions and memories; they make available for the observer the wider range of materials as the data, as well as provide some assurance that the analytical considerations and «findings» do not arise as artifacts of intuitive idiosyncrasy, selective attention or memory, or as a result of field experiment (Lorimer, 2005; Heritage, 2011; Vannini, 2014).

The need for penetration into the text (and then — into the video as a text) requires from sociologists to focus not only on the linguistic problems (and then — on the problems of Fine Arts — in the broadest sense). To be indexical in operating the data of their research sociologists are expected to get open not only to the directly related subjects but also to keep in practice «the absolute adequacy method» and «indifference» to the interdisciplinary barriers.

References

- Back, L., Puwar, N. (eds.) 2013. *Live Methods*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Bankovskaya, S., Filippov, A. 2015. *Narrative in the Micro-analysis of Visual Anthropology and Ethnomethodology Data: Working Out the Methods' Framework for the Study of Social Events*. Unpublished manuscript.



- Bauman, Z. 1990. *Thinking Sociologically*. L.: Polity.
- Harper, D. 2002. Talking about pictures case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17: 14–26.
- Heath, C., Hindmarsh, J., Luff, P. (eds.) 2010. *Video in Qualitative Research: Analyzing Social Interaction in Everyday Life*. London: SAGE.
- Heritage, J. 2011. A Galilean Moment in Social Theory? Language, Culture and their Emergent Properties. *Qualitative Sociology*, 34: 263–70.
- Lorimer, H. 2005. Cultural Geography: the busyness of being «more-than-representational». *Progress in Human Geography*, 29(1): 83–94.
- Pink, S. 2012. *Advances in Visual Methodology*. London: Sage.
- Prosser, J. (ed.) 1998. *Image-based Research: A Sourcebook for Qualitative Researchers*. London: RoutledgeFalmer.
- Ricoeur, P. 1976. *Interpretation Theory: Discourse and the Surplus of Meaning*. Fort Worth: The Texas Christian University Press.
- Ricoeur, P. 2008. *From Text to Action: Essays in Hermeneutics II*. London: Bloomsbury Publishing.
- Rubi, J. 2000. *Picturing Culture*. Chicago: University of Chicago Press.
- Simpson, P. 2015. Atmospheres of Arrival/Departure and Multi-Angle Video Recording: Reflections from St Pancras and Gare du Nord. *Video Methods. Social Science Research in Motion/* Ed.by Ch. Bates. New York: Rutledge. P. 27–48.
- Vannini, P. (ed.) 2014. *Non-Representational Methodologies*. New York: Routledge.

Анализ фотографии С. Максимишина: объединяя документальный и гештальтистский подходы

Елена Рождественская*

Автор анализирует фотографию С. Максимишина «Паром через Иртыш. Тобольск. Июнь 2005», применяя документальный метод К. Маннгейма и Р. Бонзака, а также используя идеи гештальт-анализа, суммированные Р. Арнхеймом. Такой подход заставляет прояснить различия между собственно пониманием, стартовым интуитивно и спонтанно, и интерпретацией как результатом, выстроенным на основе документальной инвентаризации визуальных данных. В предложенной интерпретации обнаруживается ряд гештальтов, совокупность которых отражает визуальный жест, колонизирующий личность персонажа.

Ключевые слова: С. Максимишин, документальный метод, принцип гештальта, интерпретация

Следуя общим принципам визуального анализа, представленного в текущем номере статьей Р. Бонзака (Bohnsack, 2008), отнесемся к фотографии как самореференциальной системе. Среди упомянутых Р. Бонзаком основных принципов анализа — изменение аналитической позиции с вопроса что? на вопрос как?, что имеет следствием реконструкцию формальной структуры изображения в направлении интеграции отдельных элементов в общий контекст. Акцент на документальности аналитического процесса и, соответственно, внимании к тому, как устроен конкретный визуальный объект, отторгает собственно интерпретацию. Такой подход заставляет прояснить различия между собственно пониманием, стартовым интуитивно и спонтанно, и интерпретацией как результатом, выстроенным на основе документальной инвентаризации визуальных данных.

Предлагая документировать процесс восприятия интерпретатором или группой интерпретаторов изображения, Р. Бонзак отсылает к известным фигурам, прежде всего к К. Маннгейму, его документальному методу интерпретации, примененному в первую очередь к текстам. Документальный метод в его смысле — интерпретативный метод для снятия неопределенности ситуативно зависимых или окказиональных выражений. Документальным методом интерпретации мы обнаруживаем паттерн, в котором действие и речь приобретают смысл для обеих сторон. Речевые высказывания в повседневности, как и в науке, в основном индексичны (Абельс, 1998, с. 119), т. е., имеют характер индикаторов для интерпретативного (в документальной интерпретации) заключения о смысле.

* Рождественская Елена, доктор социологических наук, профессор кафедры анализа социальных институтов департамента социологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», ведущий старший научный сотрудник Института социологии РАН. erozhdestvenskaya@hse.ru.



Индексальность языка повседневности основана на допущении, что все участвующие разделяют совместное знание. К подобной процессуальной, или генетической, аналитической установке, как она названа у К. Маннгейма, примыкают конструктивистские подходы (К. Кнорр-Цетина), в рамках которых стали возможными реконструкции идентичностей и биографий. У Маннгейма речь идет о том, чтобы найти адекватный доступ к индексальности чуждых «пространств опыта», что аналогично вопросу о том, как происходит производство социальной действительности.

Что значит адекватный доступ? И здесь важно различие, вводимое К. Маннгеймом, относительно понимания (интуитивного схватывания) и собственно интерпретации. Понимание выражений и действий, соответственно — понимание имплицитно содержащихся в них ориентаций, предполагает, что мы знакомы с повседневностью, контекстом переживаемого, пространством опыта, к которым это выражение (добавим, изображение) относится; по К. Маннгейму, «при понимании духовных реальностей, которые принадлежат к определенному пространству опыта, мы схватываем особенные экзистенциально связанные перспективы только тогда, когда мы как-либо переработали стоящую за ними взаимосвязь пережитого» (Mannheim, 1980, S. 272).

Итак, К. Маннгейм различает «понимание» и «интерпретирование». Те, кто через общие узы пережитого связаны друг с другом, принадлежат к определенному «пространству опыта», непосредственно понимают друг друга и не нуждаются в интерпретации друг друга. Тем самым связаны два фундаментально различных модуса опыта, соответственно, социальности: основанный на непосредственном понимании «конъюнктивный» опыт и развертывающееся во взаимной интерпретации «коммуникативное» отношение.

В отличие от интерпретации, интуитивное схватывание, или понимание, связано с погружением в эту практику. Совмещение в общем процессе понимания двух его значений (собственно понимания и интерпретации) указывает на то, что «как результат возникает фактически удвоение практик, как в понятиях, так и реальностях» (Mannheim, 1980, S. 296). Эта двойственность образуемого паттерна/типа/образца, с одной стороны, вбирает конъюнктивный смысл, с другой стороны — коммуникативный смысл. Это обстоятельство напоминает, что «конъюнктивное пространство опыта» является итогом действий, практики. Практика является экзистенциально определяющей, поскольку основывается на воспоминаниях, полученных в результате действий, в отличие от коммуникативно присвоенного знания.

Почему нам важно это разобранное выше различие? В перспективе визуального анализа изображения, которое фиксирует милье-специфическое пространство опыта, не обязательно разделяемое нами, нам важно отдавать отчет в том, что именно в понимании такого рода, по Маннгейму, может быть отказано. Причем не только в силу отсутствующего конъюгального опыта с изображенным и изображенными, но и в силу хабитуальных различий с авторами изображения, фотографами, о чем упоминает в статье Р. Бонзак. Назовем это социально-хабитуальными различиями первого и второго порядка.

Как мы помним, в самом начале Р. Бонзак упоминает о тексте (изображении) как самореференциальной системе. Тем самым исследовательский фокус направлен на организацию изобразительного пространства. Но эта организация дана нам, наблюдающим и рассматривающим ее, в восприятии. Поэтому документализация этого процесса вряд ли может минуть известных закономерностей, организующих человеческое восприятие, имея ввиду гештальт-принципы. Внешний ноуменальный мир как мир «вещей в себе» не может восприниматься непосредственно, он пропущен через наше восприятие, а феноменальный мир присоединяет интуиции и обогащающие интерпретацию

концепции к нашему сенсорному восприятию. Исходя из этого, один из представителей этого направления — фон Эрнфельс — утверждал, что восприятие не может быть объяснено лишь через совокупность элементарных сенсорных ощущений, но требует ментального взаимодействия с ощущениями, например, когнитивный акт выделения фигуры на фоне. Последователи гештальт-анализа сформулировали более ста закономерностей, объясняющих, как происходит организация перцептивной информации (Schirillo, 2010).

Первый и, возможно, самый простой для понимания, но основополагающий для подхода, — принцип **близости**. Его суть в том, что предметы, находящиеся рядом друг с другом во времени или пространстве, воспринимаются объединенными. Таким образом, принцип близости приводит к двум эффектам: 1) объединяет или интегрирует элементы, создавая принадлежность, 2) разделяет элементы, не объединенные близостью. Второй принцип, **схожести**, заключается в том, что похожие предметы стремятся сгруппироваться. Третий принцип, **замкнутости**, говорит о том, что мы стремимся завершить незаконченные фигуры, заполняя существующие пробелы. Принцип **симметрии** работает в направлении амодального завершения без использования сенсорного восприятия — зрения, завершая конструкцию амодально по принципу симметрии. Пятый принцип, принцип **общей судьбы**, описывает восприятие того, что движущиеся в одном направлении объекты воспринимаются сгруппированными вместе. Шестой принцип называется принципом **хорошего продолжения**, подводя нас к самому общему принципу группировки, относящемуся к сущности или конечному смыслу восприятия, который Вертхаймер назвал законом выразительности. Согласно этому закону, перцептивная организация стремится быть настолько хороша, насколько позволяют существующие условия (Schirillo, 2010, p. 469–472).

Итак, согласно законам гештальтизма, мы рассматриваем мир, упорядочивая его, делаем это последовательно и экономно с точки зрения предпринимаемых усилий. Продукт восприятия стремится к симметрии, простоте и не может быть сведен к более простой форме.

Дальнейшее развитие идей гештальтизма в русле гештальт-психологии способствовало объективизации представлений о восприятии, переносу акцента с сознания воспринимающего субъекта на свойства самого воспринимаемого объекта. Поэтому основные принципы претерпели редакцию и сузились до пяти базисных, на которые опирается Р. Арнхейм в своей книге «Динамика архитектурных форм»:

1. принцип фигуры и фона;

2. принцип дифференциации, определяющей отношение между конфигурацией, образуемой раздражителями, и «гештальтом» (нужны ли здесь кавычки?), формируемым в сознании;

3. принцип замыкания, согласно которому неполные конфигурации достраиваются в восприятии до полных;

4. принцип хорошей формы, по которому при сохранении типа конфигурации менее организованная форма будет вытеснена в сознании более организованной;

5. принцип изоморфизма, согласно которому между нейрофизиологическим процессом и строением воспринимаемого объекта устанавливается структурная соотнесенность (Арнхейм, 1984).

Попробуем применить идеи документального метода Маннгейма-Бонзака, а также гештальт-принципы в редакции Р. Арнхейма к анализу фотографии С. Максимишина «Паром через Иртыш» 2005 г.²

² Максимишин С. Паром через Иртыш. Тобольск. Июнь 2005 <https://birdinflight.com/ru/dohnovenie/opyt/10-lyubimyh-fotografij-sergeya-maksimishina.html>



Фото 1.

Р. Бонзак начинает с описания планиметрии изображения, что отвечает и нашему подходу предварительного плотного описания изображенного. Мы включаем в этот важный этап:

- точное описание отдельных элементов изображения, изображенных лиц, окружающих объектов, а также сценических элементов;
- точную передачу цветов, их нюансов, контрастов цвета, а также перспективы и планиметрии изображения (на переднем плане, на заднем плане, в центре);
- точное обозначение ценности места и объема текста и изображения, а также их пространственные и графические взаимоотношения;
- вербализацию эстетических элементов: способ производства изображения, использованные стилевые моменты, графические и фотографические практики (например, освещение) (Мещеркина-Рождественская, 2001, с. 225).

Рассматриваемая фотография довольно четко структурирована с точки зрения планиметрии. Здесь можно обнаружить два основных гештальта — 1) фигуру шофера на фоне кабины машины с рулем и 2) в четко контурированном проеме окна машины — узкий берег с церковью на фоне реки и доминирующего по объему неба (см. фото 2). Освещенная солнцем фигура шофера ограничена на переднем плане черным рулем с отблеском солнца на нем и реплицирована двумя тенями от руля, пересекающими свисающую руку, локтем опирающуюся на открытый проем окна машины, — классический жест шоферского релакса, знак профессиональной обжитости пространства. Фон для всей фигуры черный, в котором тонут детали интерьера, равно как и собственно лицо с глазами, волосами, лбом. Но, если воспользоваться гештальтистским вокабуляром, принцип замыкания позволяет нам дописать скрытое тенями — лицо шофера с видимо смеющимися глазами, если додумывать мимические морщины улыбающегося лица.

Детальный фокус на фигуре шофера обнаруживает еще один подчиненный гештальт, объединенный поверхностью кожи, освещенной солнцем, — нижняя часть лица и шея. Их общая характеристика заключается не только в освещенности и не только открытости ввиду закрытого клетчатой рубашкой торса, но и общей структурной особенности в виде

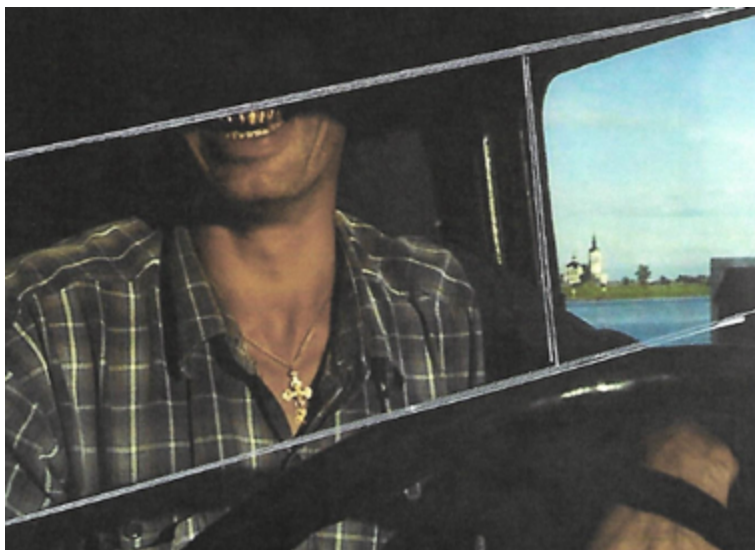


Фото 2.

золотых деталей — зубов, полностью покрытых золотыми коронками верхнего ряда челюсти, и массивного золотого креста на цепочке, отражающую православную эстетику. Отметим при этом, что ряд золотых зубов, которые ловят блик солнца, получают вследствие этого легкое искривление, создающее хищное впечатление. С точки зрения гештальтистского принципа близости внутри последнего гештальта золотые зубы и нательный крест воспринимаются как содержательно близкие объекты. Тот же принцип близости, но и различения/разделения дробит тенями восприятие свесившейся руки, расчленяя ее как целостный объект.

Второй основной гештальт четко окаймлен окном машины, являя собой уплощенный абрис церкви со шпилем колокольни, здания белого цвета с темной крышей, коричнево-зеленого цвета на фоне графично разделенного пространства, состоящего из полосы воды и доминирующего голубого неба с легким намеком на дальние облака. Здесь важно отметить возможную (в смысле ожидаемую из опыта), но отсутствующую деталь, — купола церкви и колокольни не золотые.

Описав два принципиальных гештальта, надстроим (проговорим) объединяющую их структурную характеристику — усеченная фигура шофера в машине и пейзаж с церковью за окном машины объединены на изображении общей планиметрией, как два светлых пространства (см. фото 3).

Теперь в игру вступают по принципу близости уже три объекта — золотые хищноватые зубы, массивный нательный крест и крыши церкви, на которой по умолчанию ожидаются золотые кресты, даже если нас подводит зрение. Прошлый опыт лицезрения золотых куполов также работает на ожидание золотящихся под солнцем крыш, хотя они явно темного цвета. Таким образом, принцип изоморфизма подталкивает структурной особенностью изображения установить смысловые связи между этими тремя объектами. Пожалуй, этот вывод лежит на поверхности. Кстати, во многом благодаря тому, что контекстуально фотография документирует культуру, к которой мы принадлежим и вследствие этого обладаем интуитивным доступом к ее значениям. Очевидно, здесь мы сталкиваемся с тем обстоятельством, что понимание в маннгеймовском смысле смыкается с ходом интерпретации, подготовленной документальным анализом фотографии.

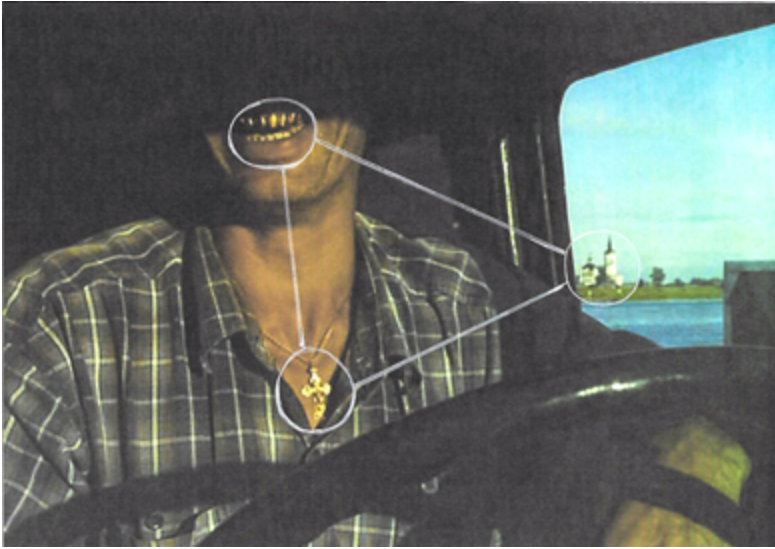


Фото 3.

Но мы бы хотели пойти дальше и вернуться к фигуре умолчания, или фигуре затенения. Поллица без выражения глаз, но — смеющийся рот с золотыми, слегка искривленными зубами. То есть теперь в нашем исследовательском фокусе визуализация частичного сокрытия лица. Этот эффект выводит на авансцену уже упоминавшиеся выше социально-хабитуальные различия первого и второго порядка. Здесь мы апеллируем не к реальности тобольского шофера, но к реальности производителя изобразительного посыла, автору фотографии. Выбирая из серии быстро сделанных в ситуации паромной переправы и утекающей за окном церквушки снимков, автор делает свой выбор, схватывая конфигурацию объединенных в общий гештальт трех объектов. Но условием этого гештальта становится усеченность лица как самопрезентации персонажа. Если полнота репрезентации лица актуализирует всю группу оттенков значения, связанных с персональностью, личностью, то увод в тень области глаз работает на деперсонализацию изображаемого персонажа. Привлекая идеи А. А. Ухтомского (Ухтомский, 2000, с. 246), его концепцию доминанты на другое лицо и собеседование, то в его логике Лицо представляет собой открытую структуру — то, о чем невозможно вынести окончательное суждение. Причем как с физиологической точки зрения, так и с философской. Но редукция персонажа к открытому рту с золотыми зубами облегчает эту задачу и представляется колонизирующим личность визуальным жестом. Ведь этика, согласно формуле Левинаса, — это оптика (Левинас, 2000, с. 68). И, в данном случае, — наоборот. Создаваемый на пересечении трех гештальтистских объектов (золотые зубы, золотой нательный крест и церковь) и уводом в тень поллица, образ персонажа дегуманизирует реальность шофера как личности, если использовать упомянутые Р. Бонзаком различия первого порядка и второго порядка. Образ разрушает лицо.

Литература

- Абельс Х. Романтика, феноменологическая социология и качественное социальное исследование // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1. № 1. С. 114–138.
- Арнхейм Р. Динамика архитектурных форм / Пер. с англ. В. Л. Глазычева. М.: Стройиздат, 1984.
- Левинас Э. Тотальность и Бесконечное // Левинас Э. Избранное. Тотальность и Бесконечное / Пер. И. С. Вдовиной. М.; СПб: Университетская книга, 2000. С. 66–291.

Мещеркина-Рождественская Е. Ю. Феминистский подход к интерпретации качественных данных: методы анализа текста, интеракции и изображения // Введение в гендерные исследования. Ч. 1 / Под ред. И. Жеребкиной. Харьков: ИГИ; СПб.: Алетейя, 2001. С. 197–237.

Ухтомский А. А. Доминанта души: Из гуманитарного наследия. Рыбинск: Рыбинское подворье, 2000.

Bohnsack R. The Interpretation of Pictures and the Documentary Method // FQS. 2008. Vol. 9. № 3. URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1171/2591>

Mannheim K. Strukturen des Denkens. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1980.

Schirillo J. A. Gestalt-Approach // Encyclopedia of Perception / Ed. by E. B. Goldstein. SAGE Publications, 2010. P. 469–472.

Полевые исследования

Полевое исследование индустриального района: стратегии сбора и анализа визуальных данных¹

Анна Стрельникова*, Александрина Ваньке**

В статье рассматриваются стратегии сбора и анализа визуальных данных в полевом исследовании, направленном на изучение индустриального района. Социологи все чаще используют визуальные данные в исследовательской практике, однако методическая рефлексия относительно процедур сбора и анализа таких данных проводится редко. Данная статья восполняет этот пробел и вносит вклад в осмысление методов сбора и анализа визуальной информации. Особое внимание уделяется таким методам, как включенное наблюдение, биографическая прогулка и ментальные карты. На эмпирических материалах демонстрируются процедуры многоаспектного качественного анализа, позволяющего уйти от излишней описательности в сторону аналитических сравнений и построения классификаций: сопоставление визуальных и текстовых данных, создание многомерных карт, ранжирование упоминаемых объектов. С методической точки зрения в ходе анализа наблюдений, биографических прогулок и ментальных карт возможно использование взаимодополняющих друг друга стратегий: расчет частотности элементов образа района; построение классификации фотографий, карт и схем; комбинирование визуальных и текстуальных интерпретаций карты (составленной как исследователем, так и информантами) в контексте ситуации. Авторы демонстрируют возможности и ограничения каждого из вышеперечисленных методов на примере полевого исследования индустриального района и приходят к выводу о том, что их триангуляция позволяет обогатить интерпретации и повысить надежность получаемых результатов.

Ключевые слова: визуальные данные, полевое исследование, методы сбора и анализа данных, биографическая прогулка, включенное наблюдение, ментальные карты, индустриальный район, пространственные практики

Индустриальный район понимается как часть городской территории, некогда образованной вокруг промышленных объектов (Carmon, Eizenberg, 2015) и предназначенной для работы, жизни и досуга работников предприятий. В советское время одна из задач индустриального района (или рабочего поселка) состояла в организации коллективной жизни его резидентов. Изменения в социальной структуре российского общества привели к тому, что подобные территории, которые в советское время были центрами

¹ Статья подготовлена при поддержке РФФИ, грант № 17-33-01006 «Прошлое и настоящее рабочих районов: трансформации социокультурной и территориальной идентичности».

* Стрельникова Анна, кандидат социологических наук, доцент кафедры методов сбора и анализа социологической информации департамента социологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», старший научный сотрудник Института социологии РАН. astrelnikova@hse.ru.

** Ваньке Александрина, кандидат социологических наук, научный сотрудник Института социологии РАН, доцент социологического факультета ГАУГН. alexandrina.vanke@gmail.com.

притяжения рабочей силы и имели не только экономическое, но и символическое значение, сегодня все чаще используются для иных целей, утрачивая свои первоначальные функции. Данный процесс трансформации индустриальных районов идет с нарастающей интенсивностью (Strangleman, 2017), что требует разработки исследовательского инструментария, подходящего для комплексного изучения данного процесса. При этом особую важность приобретают описание и анализ визуальных образов индустриальных районов, поскольку именно в визуальной среде находит отражение трансформация социальных отношений в городском пространстве.

В данной статье на примере изучения городского пространства рассматривается потенциал различных методов сбора и анализа визуальных данных в качественном полевом исследовании, среди которых: включенное наблюдение, биографическая прогулка и ментальные карты, а также их триангуляция на этапе сбора и анализа данных. Все перечисленные методы предполагают проведение визуального анализа, т. е. описание объектов или явлений сквозь призму визуальных образов и репрезентаций, а также выявление смыслов, значимых в повседневной коммуникации индивидов и групп. В основу анализа легли эмпирические данные, собранные нами в 2017 г. при помощи упомянутых методов в районе Южное Тушино (индустриальный район вблизи Тушинского машиностроительного завода, г. Москва) и в районе Уралмаш (индустриальный район вблизи одноименного завода, г. Екатеринбург)².

Включенное наблюдение

Как отмечает ряд исследователей, включенное наблюдение представляет собой комплекс исследовательских практик, осуществляемых непосредственно в физическом пространстве и направленных не только на погружение в повседневную жизнь объекта (в нашем случае — района) на уровне вовлеченности в коллективные практики и действия, но и на фиксацию визуальных данных об изучаемом объекте (Уйти, чтобы остаться..., 2009; Штейнберг и др., 2009, с. 122; Бредникова, Запорожец, 2016). В процессе сбора данных включенное наблюдение в индустриальном районе предполагало такие индикаторы, как описание социальных характеристик и практик повседневной жизни жителей района; описание способов перемещения по району и доступности отдельных его частей; определение субъективных границ района и границ заводской территории; описание инфраструктуры района, описание эмоциональной, визуальной и звуковой составляющих пространства и т. д. Результаты наблюдения мы фиксировали в виде фотографий, карт-схем, индивидуальных дневников наблюдения. Карты-схемы, как правило, представляли собой планы территории района или отдельного места наблюдения, загруженные из приложений «Google Карты» или «Яндекс. Карты» (см. стр. 19), с последующим нанесением на них маршрутов и объектов, времени, потраченного на маршрут, и другой информации.

Стратегия анализа данных включенного наблюдения подразумевает сопоставление визуальных образов и текстов: карт и текстов дневников, фотографий и текстов дневников, фотографий и карт друг с другом. Кроме того, в случае работы нескольких наблюдателей, представляется интересным сопоставить несколько «фокусов» как в картировании одного и того же пространства, так и в дневниковых записях.

1. Сопоставление карт и текстов. Несмотря на то, что на исследовательской карте (см. рис. 1) отчетливо видны масштабы заводских территорий (квадраты 2 и 3, серый

² В сборе полевых данных, используемых в статье, принимали участие Александрина Ваньке, Елизавета Полухина, Анна Стрельникова. В сборе наблюдений в районе Южное Тушино также принимали участие студенты: Иван Касьяненко и Мария Ткаченко.



цвет на «Яндекс. Карте»), наблюдатель написал в дневнике, что «...район ассоциируется скорее со спальным, чем с промышленным или деловым... предприятия расположены аккуратно на окраине района» (дневник наблюдения ЮТ-4 от 19.05.2017). Очевидно, что речь идет о личных границах наблюдателя, о его субъективном восприятии района. Этот же момент был отмечен и другим наблюдателем, сообщившим, что завод совершенно не заметен в пространстве района и что его трудно найти: «...на квадратах l4, l5, т4, т5 расположен ТМЗ и связанные структуры. Они обнесены высоким забором с колючей проволокой... многие прохожие даже не представляли, что это за завод и где он расположен» (дневник наблюдения ЮТ-5 от 02.06.2017).

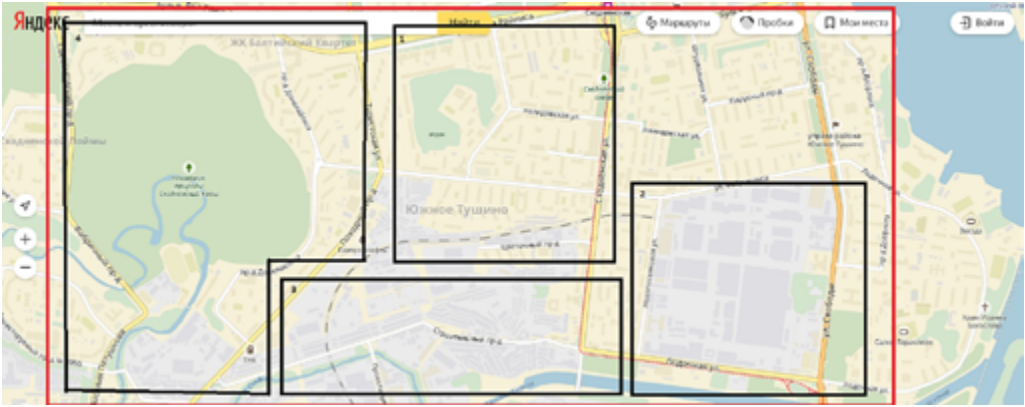


Рис. 1. Схема наблюдения из дневника по району Южное Тушино (ЮТ-4) от 19.05.2017

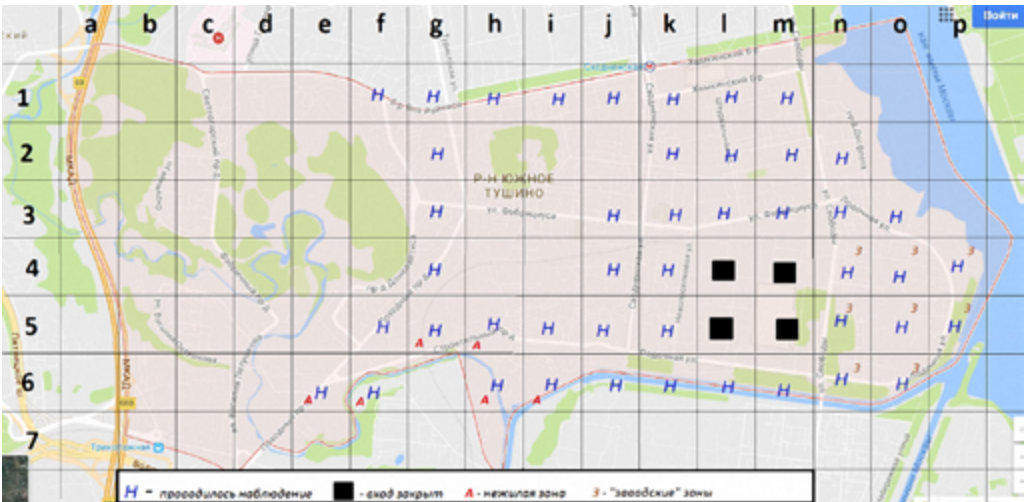


Рис. 2. Схема наблюдения из дневника по району Южное Тушино (ЮТ-5) от 02.06.2017

Для того чтобы избежать в процессе включенного наблюдения получения неинформативных данных («заводской район без завода»), после первых выходов в поле следовало определить фокус наблюдения и уточнить, что наблюдать (Штейнберг и др., 2009, с. 125). В данном случае это касалось дополнительных рекомендаций о наблюдении вокруг завода в разное время суток, а также в будни и выходные.

Включенное наблюдение позволяет изучить, как социальное пространство становится проекцией социального (Бурдые, 2005, с. 53), например, на уровне формирования зон проживания рабочих и других резидентов пространства (например, обладателей более высоких социальных статусов), т. е. провести анализ структурирования пространства по таким категориям, как «элитное»/«простое», «социальное» жилье, доступная/недоступная территория, и др. Например, на рисунке 2 наблюдатель пометил часть квадратов на карте буквой «З» (заводские зоны), поясняя, что «они преимущественно состоят из старых кирпичных и панельных домов» (дневник наблюдения ЮТ-6 от 04.06.2017). При этом на фотографиях можно увидеть, что в некотором отдалении от «заводских» домов, на берегу реки, расположен огороженный элитный мини-комплекс, состоящий всего лишь из одного малоквартирного дома с прилегающей к нему территорией под круглосуточной охраной.



Рис. 3. Элитный мини-комплекс на фоне панельной застройки, Южное Тушино, г. Москва, 09.04.2017

2. *Сопоставление фотографий и текстов.* На рисунке 4 мы видим элемент индустриального пейзажа в районе Южное Тушино. Заводские трубы являются достаточно заметной визуальной доминантой, что и было зафиксировано в ходе наблюдения одним из авторов статьи. Парадоксально, но «оптика» менее опытных наблюдателей (студентов, привлеченных для сбора данных) запечатлела прежде всего торговые центры, прогулочные места, индустрию развлечений (точнее, ее отсутствие: «мало развлекательной инфраструктуры: музеев, кинотеатров, клубов, баров» (дневник наблюдения ЮТ-7 от 09.06.2017), но не была настроена на завод, что и сделало его «невидимым» в общем пространстве района.

Общее впечатление о визуальном образе района Южное Тушино по итогам серии наблюдений сложилось достаточно парадоксальным. Вместо «индустриальной пустыни» (дневник наблюдения ЮТ-1 от 09.04.2017) в весенне-летний период этот район визуально воспринимается как зеленый, аудиально — как тихий. В нем много «...деревьев и лесопарковых зон... лес, который приходится преодолевать, перемещаясь по району» (дневник наблюдения ЮТ-6 от 04.06.2017), а «первое, что хочется



Рис. 4. Пейзаж района Южное Тушино, г. Москва, 09.04.2017

отметить — спокойствие района» (там же). Примечательно, что наблюдение в районе Уралмаш привело к похожим результатам: «сейчас Уралмаш такой зеленый, что напоминает новосибирский Академгородок, который буквально находится “в лесу”» (дневник наблюдения У-3 от 03.06.2017).



Рис. 5. Пейзаж района Южное Тушино, г. Москва, 10.05.2017



Рис. 6. Пейзаж района Уралмаш, г. Екатеринбург, 03.06.2017

Таким образом, по результатам включенных наблюдений индустриальный район представляет собой визуальное пространство, насыщенное не только сочетаниями прошлого и настоящего, но также сочетаниями промышленного («серого») и природного («зеленого»). Визуальные данные, полученные в ходе включенного наблюдения, дополненные анализом интервью, биографических прогулок и ментальных карт, предоставляют возможность проверить социологическую информацию, полученную с помощью других методов, и зафиксировать не проговариваемые сюжеты, которые, тем не менее, оставляют символические следы в городском пространстве индустриального района или наглядно демонстрируют социальные деления, проходящие по границам физического и социального пространств.

Биографическая прогулка

Биографической прогулкой мы называем «гибридный» (Kusenbach, 2003) метод сбора данных, учитывающий разные регистры взаимодействия исследователя и носителя информации, в том числе их статику и динамику: сбор данных происходит поэтапно, начинаясь с традиционного интервью и продолжаясь в формате интервью во время прогулки (интервью в движении и включенное наблюдение)³. Основная идея метода заключается в постепенном разворачивании сюжетов биографии индивида с помощью прогулки, поскольку перемещения в пространстве позволяют «проживать» заново жизненный опыт, связанный с этими перемещениями, и реконструировать события жизни благодаря биографическому импульсу (Стрельникова, 2012, с. 53–61, 140–158).

³ Прим. Анны Стрельниковой: с текстом этнографа М. Кузенбах (Kusenbach, 2003) по описанию *go along* интервью, т. е. интервью с сопровождением респондента куда-либо, мне довелось познакомиться лишь спустя несколько лет после активной работы с биографическими прогулками. Однако биографическая прогулка остается самостоятельным авторским методом, так как имеет свои содержательные и методические особенности.



Биографические прогулки в Южном Тушино и на Уралмаше проходили в два этапа. На *первом этапе* с каждым информантом проводилось традиционное биографическое интервью средней продолжительностью около 2,5 часов, где выстраивались сюжеты жизни с детства и по настоящее время (ключевые темы: «прошлое» и «настоящее»), постепенно фокусируясь на темах «городской биографии» (пространственные практики и уточнение сюжетов жизни, связанных с изучаемым районом). В частности, определялись привычные маршруты, по которым респондент перемещался в прошлом, фиксировалось общее отношение к району проживания в прошлом и настоящем, обсуждались практики появления любимых и нелюбимых мест в городе и «на районе»⁴. После этого информантам было предложено показать в формате прогулки один из своих привычных маршрутов по району, либо один из маршрутов, который связан с событиями прошлого и мог уже давно не посещаться.

На *втором этапе* (он мог быть организован сразу после интервью либо в другой день в специально оговоренное время) исследователь вместе с информантом отправлялся на прогулку по выбранному маршруту. По ходу проводилось второе интервью, в котором дополнительно отмечалась тематика, связанная с маршрутом: количество и характеристики объектов, о которых рассказывал информант; время, потраченное на маршрут; скорость; остановки; обоснование исходного маршрута и все его изменения, которые происходили в течение прогулки; точки маршрута, связанные с биографическими событиями, описываемыми информантом. Таким образом, этот этап представлял собой комбинирование наблюдения в движении и интервью в движении, в результате уточнялись и дополнялись все основные сюжеты из первичного интервью. Примерный перечень вопросов, задаваемых во время биографической прогулки: *Почему вы начали прогулку именно с этого места? Имеет ли это место какое-то особое название у вас или среди местных жителей? Что является символом этого района, что отражает его характер? Какие чувства Вы испытываете сейчас, когда речь заходит о месте Вашего проживания? Есть ли в вашем районе такие места, где Вы никогда не были? Где они находятся? Есть ли здесь какой-то уголок, про который Вы бы могли сказать, что это Ваше любимое место? С кем Вы познакомились, живя здесь? В чем Вам это помогло?* После прогулки, при необходимости, мог состояться третий этап — завершающая фаза интервью с обсуждением сюжетов, которые появились в ходе прогулки и которых не было в первичном интервью.

Отметим, что в ходе прогулки важно не только и не столько задавать вопросы, но обращать внимание на нарратив — самостоятельный рассказ информанта о тех местах, по которым выстраивается прогулка, так как ряд сюжетов и смыслов всплывает в памяти «по ходу» маршрута. К схожему методическому выводу пришли исследователи маршрутов памяти в молодых индустриальных городах (Веселкова и др., 2016).

Фиксация маршрута перемещений и проводимого интервью может происходить как непосредственно в ходе прогулки (благодаря аудиозаписи, фото- и видеосъемке), так и посредством современных геолокационных технологий, в т. ч. через различные мобильные приложения. В ходе сбора данных проводилось фотографирование, записывалось видео с помощью камеры go-pro и смартфона, маршруты фиксировались автоматически в современных геолокационных приложениях («Google Карты»), а сами интервью записывались на диктофон. По поводу использования гаджетов в исследовательских целях спрашивалось согласие информантов.

Перейдем к анализу данных, полученных с помощью биографических прогулок. Основной стратегией при проведении анализа можно считать *построение многомерной*

⁴ В случае с Уралмашем, помимо вопросов о пространственных практиках, использовалась проективная методика: рисунок «ментальная карта района».

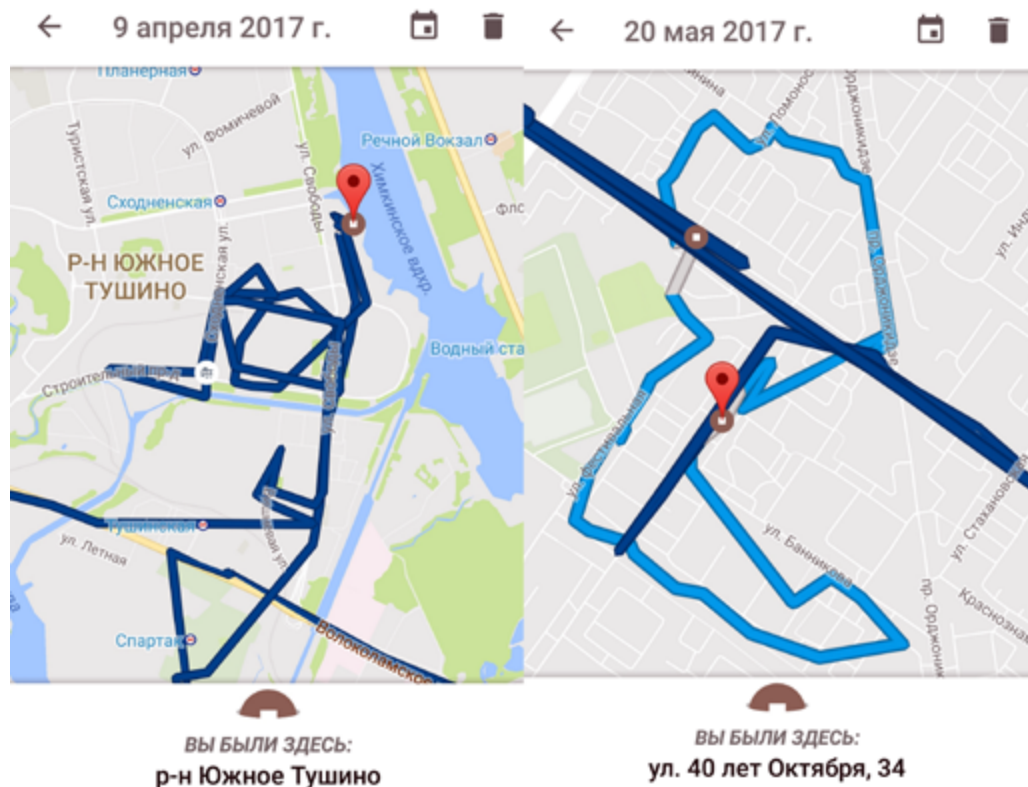


Рис. 7. Пример фиксации пройденного маршрута в приложении «Google Карты»

карты, дополненной визуальными и текстовыми отображениями пространственных практик (фотографиями и цитатами из интервью во время движения). В результате можно получить насыщенное визуальное описание «пространственных карт памяти», т. е. сопоставление биографических сюжетов с маршрутами, местами, объектами. Можно предположить, что по насыщенности карт можно сравнивать характер территориальной идентичности у разных групп обитателей района. Эту стратегию может дополнить традиционный частотный анализ, подразумевающий, к примеру: подсчет упоминаний различных объектов; время, потраченное на описание того или иного сюжета, ассоциируемого с данной территорией; количество остановок во время прогулки, и др.

1. Частотный анализ. На примере одной из прогулок, проведенной в районе Урал-маша с женщиной-работницей одноименного завода (ж., 49 лет, аппаратчик химводоочистки, 20.05.2017), покажем одну из вариаций частотного анализа. Прогулка длилась около полутора часов, и на рисунке 8 представлена визуализация по упоминаемости различных слов в течение прогулки. В данной визуализации можно четко увидеть три основные категории слов: слова-ориентиры в пространстве (тут, здесь, там), слова-ориентиры во времени (сейчас, тогда, раньше, было), слова-объекты пространства и элементы инфраструктуры (дом, двор, улица, магазин, тротуар, лавочки, садик, ДК). Можно предположить, что наполненность этих категорий зависит от образа жизни и времени проживания на данной территории. В случае с анализируемой прогулкой мы видим, что прогулка была наполнена воспоминаниями, в ходе которых некоторые объекты пространства района упоминались чаще остальных: собственный дом, магазины,



Рис. 9. Пример поэтапного переопределения границ маршрута в ходе биографической прогулки с информанткой: ж., 49 лет, аппаратчик химводоочистки, 20.05.2017

Структурно маршрут прогулки состоит из «узлов» (поворотных точек, перед которыми совершается остановка) и «путей» (собственно непрерывного пути в одном направлении). Любопытным и важным аспектом при проведении прогулок стало то, что «реальные» маршруты строились, как правило, не по геометрическим схемам улиц и тротуаров, а по вытопанным дорожкам среди дворов, что отражает «индивидуализацию» в использовании пространства. При этом «чистые, парадные» пути противопоставляются «грязным, привычным»:

- Тут колодец... не знаю, как насчет провалиться, но упасть можно.
- А тротуар?
- Тут тротуара и нет никакого.
- И не было никогда?
- И не было никогда. Без него привыкли ходить.
- Угу.
- А здесь культурно по дорожке идешь.
- Культурно?
- Можно не культурно: там, по тропиночкам.



— То есть Вы различаете, культурно — не культурно, да?
— Да. Или по чистому идти, или там. Я всегда хожу дворами, срезаю где-нибудь куда-нибудь (ж., 49 лет, аппаратчик химводоочистки, родилась на Уралмаше, 20.05.2017).



Рис. 10. Пример выстраивания многомерной карты по результатам прогулки с информанткой: ж., 49 лет, аппаратчик химводоочистки, 20.05.2017

На рисунке 10 мы видим пример выстраивания многомерной карты, состоящей, с одной стороны, из географических точек, с другой стороны, из визуальных образов, соответствующих этим точкам, и, с третьей стороны, из высказываний информанта, соответствующих нахождению в данных точках маршрута. Подобную карту можно насыщать и далее, сопоставляя элементы маршрута с горизонтом воспоминаний информанта, заменяя статичные фотографии динамичными отрывками из видео и др.

В целом проведенные биографические прогулки показали, что преобладающие формы социальной активности формируют самоидентификацию с определенными сегментами территории района: для молодых родителей наиболее важными становятся аспекты безопасности дворов и улиц для детей, для малообеспеченных жителей — ценовая доступность различных точек торговли «на районе» и др. При этом карта освоения района, отражающая территориальную идентичность, содержит маршруты от дома и мест детских прогулок к местам учебы, романтических встреч, работы, потребления, досуга и т. д. К данному перечню, характерному для любой обжитой территории, в индустриальном районе добавляются завод и заводская инфраструктура как территориальные доминанты, которые выполняют роль «резервуаров» ностальгии для старшего поколения жителей района.

Ментальные карты

Ментальные карты относятся к числу проективных методик, которые обращены к социальному воображению индивида и предоставляют ему возможность широкого и не связанного выбора ответа (Бикбов, 2007, с. 163; Стрельникова, 2012, с. 31). Вместе с тем

они являются результатом работы ментальных схем, позволяя воображению достраивать и изменять социальную действительность (Ваньке, 2010, с. 168). Ментальные карты делают видимыми представления людей о социальной реальности и визуализируют восприятие городского пространства, которое структурировано социальными делениями (Бурдые, 2005, с. 50). В этом смысле ментальные карты, с одной стороны, выступают способом изучения представлений о физическом пространстве (Глазков, 2013, с. 40), с другой стороны, служат инструментом анализа восприятия и воспроизводства социальных неравенств. Как пишут М. Н. Вандышев, Н. В. Веселкова и Е. В. Прямикова, «такие карты, создаваемые информантами по просьбе исследователей по принципу “здесь-и-сейчас”, являются спонтанными набросками. Люди изображают то, что в большей степени актуализировано в их жизненном мире, и то, что они считают знаковым для самого города» (Вандышев и др., 2013, с. 103). Таким образом, ментальные карты фиксируют не только обобщенный образ места жительства, но и репрезентируют в какой-то степени опыт повседневной жизни (Вандышева и др., 2013, с. 103).

В исследовательской практике ментальные карты получили распространение после того, как К. Линч использовал их при изучении образов американских городов (Линч, 1982, с. 16; Глазков, 2013, с. 40) и пришел к выводу о том, что образ города, несмотря на зыбкость, обладает устойчивой структурой и состоит из следующих элементов: «пути», «границы», «районы», «узлы» и «ориентиры» (Линч, 1982, с. 51–52). В предложенной Линчем классификации районы представляют собой крупные или средние по размеру части города — целостные пространственные образования с границами, в которые можно мысленно «войти» и из которых мысленно можно «выйти»; они имеют общие свойства, узнаваемые городскими жителями (Линч, 1982, с. 51).

Изучая повседневную жизнь заводских рабочих в индустриальном районе Уралмаш, мы применяли ментальные карты, во-первых, потому, что данная методика позволяет выявить представления резидентов, т. е. коренных жителей района, о месте своего проживания, приблизиться к пониманию их социального опыта и практик повседневной жизни, а также — реконструировать символически значимые места, нагруженные многослойными смыслами. Во-вторых, ментальные карты наряду с проективной методикой «круги общения» (Parsons, Elliot, 2010) могут внести вклад в изучение социальных сетей и взаимодействий жителей индустриального района и выявить барьеры для прямой коммуникации между разными социальными группами: например, резидентами и новыми жителями, проживающими на одной территории. Наконец, ментальные карты, дополненные эмпирическими материалами, собранными с помощью других методов качественного полевого исследования: полужформализованное интервью, биографическая прогулка, наблюдение, делают возможной аналитическую триангуляцию, что повышает надежность результатов (Стрельникова, 2012, с. 26).

На завершающей стадии полужформализованного интервью информантам предлагалось нарисовать ментальную карту района⁵. Изначально, до проведения исследования, задание было сформулировано следующим образом: «*Нарисуйте, пожалуйста, свой район, отметьте на нем свой дом и наиболее важные для Вас места*». Однако после первых интервью выяснилось, что, если дословно воспроизводить данную формулировку, информант нарисует карту, обозначит на ней свой дом и далее нанесет значимые места. Тем самым исследователь навязывает собеседнику картографическое видение района,

⁵ В период с 15 мая 2017 г. по 3 июня 2017 г. нами было собрано 15 ментальных карт рабочих, занятых на заводе «Уралмаш» и проживающих в одноименном районе, а также 4 ментальные карты представителей других социальных групп, проживающих в районе Уралмаш, в их числе: преподаватель, фотограф, научный сотрудник, журналист. В комплексном исследовании мы дополняем анализ ментальных карт интерпретацией других данных, имеющихся в нашей базе (интервью, фотографии, дневники наблюдения и др.).



т. е. предконструирует тип изображения, которое при других обстоятельствах могло бы иметь иной вид. Кроме того, использование выражения «свой район» не гарантирует того, что рисунок будет связан с районом проживания. В силу того, что задача проекта состояла в изучении образа конкретного индустриального района, находясь в поле, мы произвели корректировку задания, которое в последующих интервью стало звучать так: «Нарисуйте, пожалуйста, район Уралмаш, каким вы его видите». Данное уточнение позволило нам в дальнейшем получить разные типы ментальных карт, которые представляют собой не только схемы, но и объемные символические изображения. В процессе выполнения задания один из исследователей фиксировал на видеокамеру то, как информант рисует район. Данная процедура позволила впоследствии реконструировать процесс составления ментальной карты. Благодаря видеозаписи мы можем восполнить множество важных деталей, например, точно определить, с чего начинается каждая карта, как она постепенно заполняется элементами, какие элементы наносятся последними, что вызывает сложности и т. д. После выполнения этого задания мы просили информантов объяснить, что именно они нарисовали.

Перед тем, как начать анализ ментальных карт заводских рабочих, отметим, что они служат средством перекодировки смыслов района. Семантические переходы могут осуществляться одновременно в двух направлениях: физическое пространство индустриального района, сопряженное с телесным опытом информанта ⇔ изображение района на белом листке бумаги ⇔ образ района в социализированном воображении информанта (см. рис. 11).



Рис. 11. Перекодировка смыслов индустриального района посредством ментальной карты

При непосредственной работе с ментальными картами применимы три взаимодополняющие стратегии анализа: стратегия ранжирования, классификационная стратегия и интерпретативная стратегия.

1. *Стратегия ранжирования* отсылает к исследовательскому опыту К. Линча и связана с определением значимых мест в районе с помощью подсчета структурных элементов образа индустриального района. Для этого, как и в случае с анализом биографических прогулок, необходимо составить таблицу с частотами наиболее упоминаемых объектов на ментальных картах. Это могут быть здания, транспортные развязки, а также символы и другие смысловые обозначения. Эти объекты могут соответствовать классификации элементов образа города Линча: «пути», «границы», «ориентиры», «узлы», но также могут быть распределены и по другим основаниям. Далее выделенные элементы ранжируются (Татарова, 1999, с. 87–99), что позволяет осуществить анализ данных по свойству значимости. Элементы, которым присвоены первые ранги, — наиболее значимые, а те, которым присвоены последние ранги, — менее значимые. Для наглядности приведем пример таблицы с частотами и типами элементов образа района Уралмаш, составленной по ментальным картам заводских рабочих.

Таблица 1

Элементы образа района Уралмаш⁶

Номер элемента	Наименование элемента	Частота	Ранг
<i>Объекты инфраструктуры</i>			
1.	Завод	встречается 13 раз из 15	1,5
2.	Площадь 1-й Пятилетки	6 раз из 15	3,5
3.	Летний парк	6 раз из 15	3,5
4.	Белая башня	4 раза из 15	5,5
5.	Стадион	4 раза из 15	5,5
<i>Транспортная сеть, «пути»</i>			
6.	Дороги (на «старом» Уралмаше)	13 раз из 15	1,5
7.	Метро	3 раза из 15	7,5
8.	Трамвайное кольцо	3 раза из 15	7,5

Элементы «завод» и «дороги» по частоте встречаются 13 раз из 15 и делят между собой первое и второе места. Расчет ранга осуществляется следующим образом: 1-е место + 2-е место / 2 элемента = 1,5. Однако, если мы добавим к ментальным картам рабочих карты представителей других социальных групп, проживающих в районе Уралмаш, то получим другое распределение частот. Например, для новых жителей района, проживающих ближе к станции метро «Проспект космонавтов», наиболее значимым будет элемент «метро».

Следует отметить, что данная аналитическая стратегия имеет свои ограничения. С ее помощью мы не можем делать генерализирующие обобщения, по крайней мере, 15 ментальных карт рабочих для этого недостаточно. Несмотря на это, ранжирование позволяет выявить структурные элементы образа индустриального района и реконструировать символически значимые для той или иной социальной группы места в районе.

⁶ Комментарий к Таблице 1. Всего элементов ранжирования 8. Ранг 1,5 — значимый элемент с наибольшей частотой встречаемости. Ранг 7,5 — малозначимый элемент с наименьшей частотой встречаемости.



Ментальные карты резидентов района наглядно демонстрируют, что смыслообразующим ядром ментальности уралмашевцев является завод, вокруг которого и был образован район в конце 20-х гг. XX в. Следующие по важности элементы — площадь 1-й Пятилетки и Летний парк, которые делят между собой 3-е и 4-е места по частоте встречаемости, их ранг равен 3,5. Эти места упоминаются в «домашних» интервью и в ходе биографических прогулок по району. Один из информантов (м., 53 год, слесарь, родился на Уралмаше, 18.05.2017), изобразивший на своей ментальной карте только завод, после интервью во время прогулки повел нас от своего дома к заводской проходной и завершил маршрут на площади 1-й Пятилетки. Согласно таблице ранжирования, после «завода» и «площади» наиболее важные места в ментальности заводчан — Белая башня и стадион. У информантов старшего возраста эти объекты районной инфраструктуры связаны с детскими и юношескими воспоминаниями. Именно они составляли и до какой-то степени составляют часть их повседневной жизни.

2. *Классификационная стратегия анализа* направлена на построение типологии ментальных карт. Следует учесть, что на основании 15 единиц анализа нельзя построить классификацию, но, тем не менее, можно выдвинуть предположение о некоторых видах карт, которые необходимо проверить на большем массиве данных. Как уже отмечалось выше, в ходе качественного полевого исследования мы изменили формулировку задания. Тем самым мы уменьшили вероятность получения предконструированного результата и расширили рамки для работы социализированного воображения в процессе составления ментальной карты индустриального района. В результате полученные визуальные изображения можно разделить на три типа: карта-схема, карта-образ и карта без связей между объектами.

Карта-схема представляет собой подобие географических карт, но не совпадает с реальными картами по пропорциональности, размерам и дистанциям в силу того, что, перемещаясь по району в повседневной жизни, мы захватываем лишь части реальности, имея знакомые и незнакомые маршруты, значимые и незначимые места. Рисунок не повторяет городскую карту, поскольку информант обозначает на нем только те срезы пространства, которые представляют для него ценность и важность (Стрельникова, 2012, с. 45). Наше частичное восприятие пространства района переформатируется в целостный образ на основе фрагментарного «схватывания» реальности с помощью телесных перемещений. Другими словами, информант, составляя карту-схему индустриального района, пытается сделать ее такой, какой она представлена, например, в «Яндекс.Картах» или «Google Картах», но ему это не удается в силу преломления индивидуального восприятия через воображение, опосредованное социальными взаимодействиями и повседневными практиками. Одни информанты начинают рисовать карты-схемы с контура района, как, например, научный сотрудник, проживающий на границе между Уралмашем и Эльмашем, другие — пытаются изобразить дороги и транспортные пути на «старом» Уралмаше (трамвайное кольцо, троллейбусные и автобусные маршруты), третьи, храня в памяти архитектурный проект П. Оранского, рисуют завод как отправную точку, от которой лучами отходят 5 улиц. В результате 12 из 15 ментальных карт заводчан выполнены в виде карт-схем, все 4 карты других жителей района с высшим образованием тоже относятся к данному визуальному типу. Пример карты-схемы представлен на рисунке 12.

Карта-образ, как правило, репрезентирует изображение крупным планом одного объекта, содержащего несколько смысловых значений. Следует отметить, что некоторые исследователи проводят разграничения между собственно ментальными картами и «рисунками как образами пространства» (Стрельникова, 2012, с. 45; Стрельникова, 2013, с. 210–211). Однако мы утверждаем, что объемный рисунок (или символ) индустриального района — разновидность ментальной карты, поскольку он репрезентирует



Рис. 12. Автор рисунка: ж., 54 года, крановщица, родилась на Уралмаше, 17.05.2017

многомерное пространственное изображение, которое является результатом работы ментальных схем индивида, опосредованных опытом жизни в районе. Когда речь идет о районе Уралмаш, то такими символическими объектами с многослойной семантикой выступают заводские трубы, площадь 1-й Пятилетки (рис. 13) и Белая башня (рис. 14), которые легли в основу двух ментальных карт из 15 и могут по праву считаться точками притяжения, смыслообразующими ядрами района, как они были изначально задуманы архитекторами. Обе карты-образы сделаны заводскими рабочими в возрасте 52 и 53 лет, имеющими среднее образование. Однако в них проявлена работа социализированного воображения коренного жителя района Уралмаш, простроенного по смысловой оси «завод» — «водонапорная башня». 52-летняя информантка смотрит на Белую башню каждый день из окон своей квартиры, а 53-летний информант в детстве залезал на нее с друзьями и не может понять, почему она сегодня стала памятником (объектом городского наследия), ведь башня — часть его повседневной жизни.

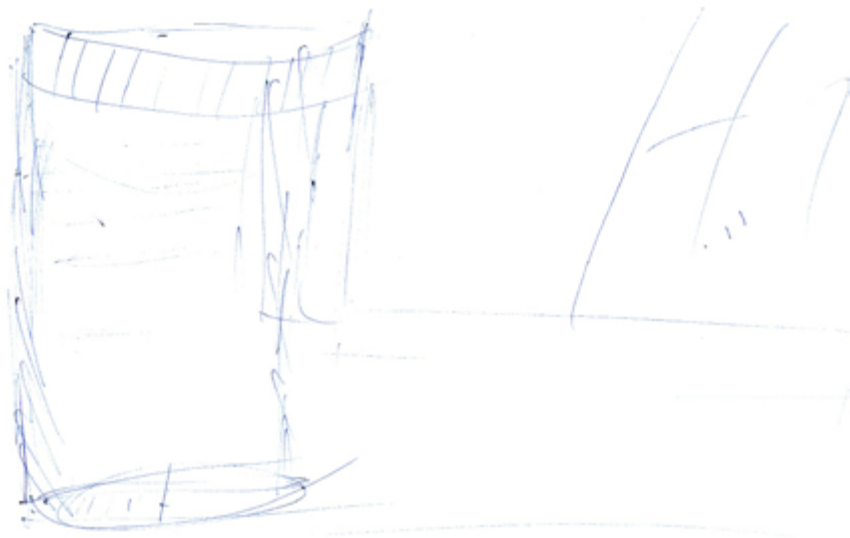


Рис. 13. Автор рисунка: м., 53 года, слесарь, родился на Уралмаше, 18.05.2017



Рис. 14. Автор рисунка: ж., 52 года, аппаратчик химводоочистки, родилась на Уралмаше, 27.05.2017

Карта без связей между объектами встретилаcь 1 раз из 15 и сделана 60-тилетней машинисткой крана, которая переехала в район Уралмаш из сельской местности после окончания 10 классов. В силу раннего замужества она не стала получать средне-специальное образование, и уже на протяжении 40 лет работает на одном и том же кране в одной и той же должности в одном и том же заводском цехе. Ее ментальная карта, отображающая восприятие «долгожителя» района, состоит из разрозненных кругов, которые в некоторых местах перекрывают друг друга (рис. 15). Объекты районной инфраструктуры заключены в капсулы и репрезентируют наиболее значимые для повседневной жизни информантки зоны: а) быта (магазины, парикмахерская, поликлиника), б) работы (завод, проходная), в) отдыха (парк, кинотеатр и др.).



Рис. 15. Автор рисунка: ж., 60 лет, крановщица, с 17 лет живет на Уралмаше, 29.05.2017

При построении классификации ментальных карт на больших массивах данных возможно соотнесение социальных характеристик информантов с теми типами карт, которые подлежат анализу. Другими словами, можно выдвинуть предварительное предположение о том, что тип ментальной карты (схема, образ, разрозненные элементы без связи) соотносится с социальной траекторией и конфигурацией капиталов информантов: культурного, социального, экономического (в терминах П. Бурдьё) (Бурдьё, 2005, с. 53–54).

3. *Интерпретативная стратегия* предполагает сочетание визуального и дискурсивного анализа ментальных карт, видеоизображений и вербальных комментариев информантов, артикулируемых до, в процессе и/или после составления рисунка. В данном случае исследователь сталкивается с тремя типами данных: 1) непосредственно ментальной картой, 2) текстуальным транскриптом речи информанта, 3) видеозаписями, фиксирующими ситуацию и контекст составления ментальной карты, детали, последовательность вербальных и невербальных действий информантов. Следует оговориться, что полученные таким образом данные, с одной стороны, являются избыточными и сложны для анализа, с другой стороны, в случае необходимости, мы можем вернуться к ним для проверки или формулирования новых гипотез после выхода из поля. Именно такие избыточные данные при их неоднородности открывают возможность для



комплексной и расширенной интерпретации повседневной жизни в индустриальном районе с его многослойными семантическими полями. Таким образом, с помощью третьей стратегии исследователь может анализировать ментальную карту как кейс с учетом ситуации, в которой она была составлена, и проговариваемых информантом комментариев.

В качестве примера проанализируем ментальную карту и комментарии 43-летней сварщицы, которая родилась на Уралмаше и в течение 20 лет работает на заводе, выполняя тяжелую физическую работу. Сначала задание вызывает у нашей собеседницы затруднение, но после недолгих размышлений она начинает рисовать район и объяснять, какие объекты наносит на карту (рис. 16):

— Нарисуйте район Уралмаш. Как Вы его видите...

— Ой, кошмар! Сейчас вспомнить бы. Так, если это площадь. Так, тут Уралмаш-завод. Тут улица Ильича, Орджоникидзе. Тут [бульвар] Культуры. Тут Дом культуры. Значит, тут вот где-то церковь.

— Может быть, если Вы не против, коротко подпишите?

— Дворец культуры. Церковь. УЗТМ, я напишу так сокращенно.

— Конечно, это понятно.

— Вот сюда — кинотеатр «Заря». «Заря», да. Тут где-то «Знамя» должно быть, кинотеатр. «Знамя» написать. Так, тут стадион. Сюда уходит далеко-далеко там Парк Победы (пауза, рисует). От Ильича. Рынок «Омега».

— Это что такое?

— У нас рынок «Омега».

— А! «Омега». Угу.

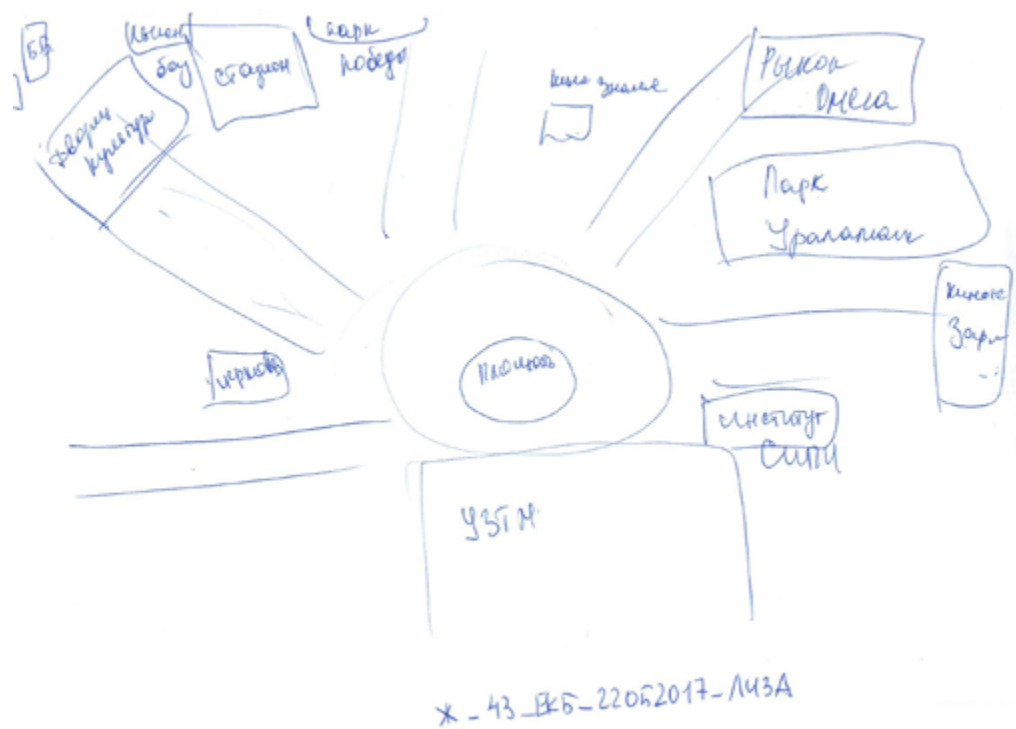


Рис. 16. Автор рисунка: ж., 43 года, сварщица, родилась на Уралмаше, 22.05.2017

— Дальше, что тут еще? Институт у нас. СИПИ (пауза, рисует). У нас вот тут где-то... Раньше мы вот сюда ходили, карусели всякие, парк маленький был. Я не знаю, как он называется. Знаю, что парк.

— Летний сад, нет?

— Летний сад или что-то в этом роде... Стадион тут. Тут еще вот лыжная база (рисует). База. Тут Белая башня как раз. ББ (подписывает).

— Как Вам рядом с ней живется?

— Да ничё, нормально...

— Скажите, на Ваш взгляд, где находится центр района?

— Ну, все равно площадь.

— Почему?

— Всю жизнь была такая. Уралмаш и площадь это..., завод и площадь (ж., 43 года, сварщица, родилась на Уралмаше, 22.05.2017).

Информантка начинает свой рисунок с площади и завода — двух элементов, которые в ее восприятии составляют смыслообразующий центр и служат первоначалом района, далее прорисовывает улицы-лучи и обозначает значимые места, которые, как мы выясняем позже из включенного наблюдения, относятся к «советскому» прошлому. Например, «Парк нашего детства» — современное название Летнего парка, который на данный момент пребывает в запущенном состоянии, хотя по-прежнему выполняет в некотором смысле функцию публичного пространства. Информантка добавляет в ментальную карту свои детские воспоминания, поясняя, что она ходила в этот парк кататься на каруселях, и в то же время отмечает в процессе составления карты изменения, произошедшие с советских времен с парком. Так, мы обнаруживаем на карте парк — «памятное место» в терминах А. Ассман (Ассман, 2014, с. 236–237), с которым связаны воспоминания нашей собеседницы. Другие отсылки к советскому прошлому заключены в названиях элементов карты, например, «Дворец культуры», который сегодня называется Культурный центр «Орджоникидзеvский».

Заключение

Таким образом, мы рассмотрели различные методы сбора и анализа данных о визуальном образе индустриального района. Чтобы придать этому образу целостность, мы предлагаем комбинировать описанные нами методы в комплексном качественном исследовании. В этом случае сюжеты ментальных карт будут дополняться пространственными картами биографических прогулок, сюжеты дневников наблюдений — фотографиями. Иными словами, преимущество комплексного качественного полевого исследования состоит в том, что разные типы данных об одном объекте — в нашем случае об индустриальном районе — могут взаимно обогатить интерпретацию эмпирических материалов. Многоаспектное рассмотрение позволяет исследователю аналитически пересобрать индустриальный район и выделить разнообразные наслоения, пересекающиеся в смысловом и территориальном пространствах.

Наш анализ данных показал, что неотъемлемым элементом визуального образа индустриального района выступает завод, который придает устойчивость и завершенность этому образу. Так, если ключевыми индикаторами, значимыми для любой биографической прогулки, является реконструирование биографии индивида и его семьи в географических координатах, смена темпа во время прогулки, упоминание знаковых мест, легкость в ориентировании по району и способы ориентирования, то для биографических прогулок, проводимых в индустриальном районе, к этим индикаторам добавляется завод как смыслообразующий объект пространства, а также связанные с ним названия и инфраструктурные объекты как ориентиры по району. В свою очередь применение



метода ментальных карт показывает, что смысловой стержень, определяющий структуру воображаемого коренных жителей индустриального района (на примере Уралмаша), проходит сквозь категории «завод» — «площадь» — «башня» — «стадион» — «дворец культуры» — «летний парк». Эта семантическая ось обращена к прошлому и заполнена советскими смысловыми наслоениями. Ментальные карты жителей индустриального района отражают не только повседневность текущего момента, но и фиксируют опыт советской повседневности, которая сформировала их ментальные схемы и хранится не только в памяти заводчан старших возрастов, но и сосредоточена в памятных местах, отображенных на их картах.

С методической точки зрения в ходе анализа как наблюдений, так и биографических прогулок и ментальных карт, возможно использование взаимодополняющих друг друга стратегий: ранжирование визуальных элементов образа района; классификация фотографий, карт и схем; комбинирование визуальных и текстуальных интерпретаций процесса составления карты информантами. Наряду с этим указанные методы, при использовании их по отдельности, обладают и рядом ограничений, которые связаны в первую очередь с зыбкостью анализа и построения на его основе обобщений более высокого уровня. Однако если каждый из описанных нами методов дополняется другими (например, интервью дополняется наблюдением, ментальная карта — биографической прогулкой), то ограничение снимается за счет привлечения и интерпретации дополнительных эмпирических данных и триангуляции методов. Таким образом, сочетание в дизайне качественного полевого исследования разных методов как на уровне сбора, так и на уровне анализа визуальных данных за счет процедуры триангуляции повышает надежность получаемых результатов и углубляет интерпретацию данных.

Литература

- Ассман А. Длинная тень прошлого. Мемориальная культура и историческая политика. М.: Новое литературное обозрение, 2014.
- Бикбов А. Т. Социальные неравенства и справедливость: реальность воображаемого (рисунки современного общества в России и Франции) // Логос. 2007. № 5. С. 162–208.
- Бредникова О. Е., Запорожец О. Н. Ветер, усталость и романтика ночи (об особенностях новых жилых массивов) // Laboratorium. Журнал социальных исследований. 2016. № 2 (8). С. 103–119.
- Бурдые П. Физическое и социальное пространства: проникновение и присвоение // Социология социального пространства. М.: Ин-т эксперимент. социологии. СПб.: Алетейя, 2005. С. 49–63.
- Вандышев М. Н., Веселкова Н. В., Прямикова Е. В. Места памяти и символический капитал территорий в ментальных картах горожан // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. № 3. С. 101–111.
- Ваньке А. В. Действие воображаемого в конструировании действительности: российское общество в рисунках гражданских и политических активистов, журналистов и политиков // Журнал социологии и социальной антропологии. 2010. № 2. С. 168–187.
- Веселкова Н. В., Прямикова Е. В., Вандышев М. Н. Места памяти в молодых городах. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2016.
- Глазков К. Ментальные карты: способы анализа, погрешность и пространственная метрика // Социология власти. 2013. № 3. С. 39–56.
- Линч К. Образ города. М.: Стройиздат, 1982.
- Стрельникова А. В. Социальное картографирование: эволюция метода // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. 2013. № 2. С. 210–217.
- Стрельникова А. В. Социология города: пространственные практики и жизненные траектории. М.: Тривант, 2012.
- Татарова Г. Г. Методология анализа данных в социологии (введение): учеб. для вузов. М.: Nota Bene, 1999.

Уйти, чтобы остаться: Социолог в поле: сб. ст. / Под ред. В. Воронкова, Е. Чикадзе. СПб.: Алетей, 2009.

Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А. Качественные методы. Полевые социологические исследования / Под ред. И. Штейнберга. СПб.: Алетей, 2009.

Carmon N., Eizenberg E. Neighborhood // The International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences / Ed. by J. D. Wright. Oxford: Elsevier Science, 2015. P. 437–442.

Kusenbach M. Street Phenomenology: The Go-Along as Ethnographic Research Tool // Ethnography. 2003. № 4 (3). P. 455–485.

Parsons S., Elliot J. Social Participation and Identity, 2007–2010: Investigation of a Sub-Sample of the 1958 National Child Development Study. 2nd ed. 2010. URL: <http://www.esds.ac.uk/doc/6691/mrdoc/pdf/6691uguide.pdf> (дата обращения: 18.06.2017).

Strangleman T. Deindustrialization and the Historical Sociological Imagination: Making Sense of Work and Industrial Change // Sociology. 2017. № 2 (51). P. 466–482.

Исследователь с камерой в пространстве медийной публичности: полевой опыт¹

Дмитрий Омельченко*, Святослав Поляков**

В статье анализируются особенности совместной работы в поле социолога с его классическим инструментарием социологической науки (наблюдение, интервьюирование) и режиссера с камерой. На примере этнографической экспедиции в столицу республики Дагестан (Махачкала, 2016 г., август-сентябрь, уличный стрит-воркаут) демонстрируются возможности двухэтапного полевого исследования: на первом — трехнедельное включенное наблюдение социолога-полевика, на втором — съемка фильма-калейдоскопа о молодежных сценах Махачкалы.

Предмет обсуждения — методологическая рефлексия относительно опыта совместной работы с позиции двух исследовательских перспектив: социолога, использующего метод включенного наблюдения, и режиссера, снимающего сюжеты повседневных практик информантов. Оба взгляда представлены через ключевые аргументы о преимуществах и недостатках совместной работы.

Формат документального кинопроекта, реализуемый в ходе полевых работ, — особенный. В настоящее время в работах ряда авторов (Becker, 1976; Collier, Collier, 1987; Harper, 1998), в том числе и отечественных (Запорожец, 2012; Печурина, 2007), много внимания уделяется пользе социологического анализа фотоматериалов, которые активно используются как потенциал визуальной социологии. Следует признать, что социологическое кино долгое время было в «тени» магистрального жанра визуальной социологии — фотографии. Обширный корпус работ по визуальной социологии посвящен в основном социологическому анализу фотографий и других готовых мультимедийных произведений.

Однако в последнее время все больше дискутируется вопрос о важности работы с камерой (в разных форматах) в социологическом поле (Brown et al., 2008; Mondada, 2006; Knoblauch et al., 2006). Что касается киноматериалов, то в фокусе внимания ученых оказывается, прежде всего, антропологическое кино с его спецификой этнографического описания визуальных репрезентаций (Worth, Adair, 1972; Pink, 2006; Визуальная антропология..., 2007). Однако при всей схожести подходов есть значимые различия между социологическим документальным научным проектом и антропологическим.

Что касается социологического кино, то можно сказать, что дебат о нем структурируется двумя полярными точками зрения. Для одних исследователей кино — это принципиально новый и самодостаточный метод сбора, анализа и репрезентации

¹ Статья подготовлена в рамках проекта РФФ № 15-18-00078 «Созидательные поля межэтнического взаимодействия и молодежные культурные сцены российских городов».

* Омельченко Дмитрий, магистр социологии, аналитик Центра молодежных исследований НИУ ВШЭ (г. Санкт-Петербург), режиссер-документалист. domelchenko@hse.ru.

** Поляков Святослав, магистр социологии, младший научный сотрудник Центра молодежных исследований НИУ ВШЭ (г. Санкт-Петербург). wek.spb@gmail.com.

социологического материала, или даже язык описания социальной реальности (Gottdiener, 1979; Ruby, 1980; MacDougall, 1997; Knoblauch et al., 2006). Другие рассматривают кино как вспомогательный жанр, не заменяющий, а дополняющий традиционные методы и техники сбора, анализа и репрезентации данных (Хайдер, 2001), либо редуцируют его возможности до репрезентации (визуализации) результатов исследователя, отрицая тем самым эвристическую ценность данных, собранных с помощью видеокамеры. Так, по мнению Эммисона и Смита «лишь те видимые сущности социального мира, которые доступны невооруженному глазу, ... являются данными для исследования» (Emmison, Smith, 2012, p. 145). Первый полюс социологической рефлексии о кино можно концептуализировать как позицию социолога-режиссера, а второй — как точку зрения социолога-полевика, работающего с классическим инструментарием качественной социологии.

Статья призвана отразить основные рапидные точки двойственной рефлексии относительно такого взаимодействия: сначала глазами режиссера-социолога, а затем — глазами социолога-исследователя.

Ключевые слова: полевое исследование, социальная этнография, социологическое кино, включенное наблюдение, социолог-режиссер, социолог-исследователь

На пути к объективной и публичной социологии: позиция режиссера-социолога

Исследователи обычно обсуждают уместность или неуместность присутствия социолога с камерой в поле, игнорируя тот факт, что сама камера как инструмент сбора информации за последние 10–15 лет заметно эволюционировала и в плане технических возможностей, и в отношении доступности для среднестатистического ученого. Прорывное развитие технологий кино- и видеосъемки бросает вызов традиционным методам и техникам фиксации социального поведения благодаря своей способности «схватывать» то, что подчас ускользает от человеческого уха и глаза. С некоторой долей условности можно сказать, что камера, как исследовательский инструмент, делает диктофон таким же динозавром, как современный компьютер костяные счеты, поскольку способна выполнять полностью его функции, добавляя к ним еще множество новых. Камера может фиксировать информацию круглосуточно, может подвижно и неподвижно охватывать 360 градусов пространства, может фиксировать движение, биологические процессы и др. В конечном итоге любой непостановочный видеоматериал может служить историческим документом в самом идеальном формате, поскольку не содержит трактовки, а просто фиксирует происходящее перед ней.

Сложности использования социологической документалистики связаны с набором необходимых компетенций, которыми должен обладать полевой социолог-режиссер-filmmaker. Умение держать камеру, умение работать с негативами, навыки линейного монтажа — это и многое другое требует серьезного отвлечения внимания от академической карьеры. В определенной степени эти проблемы по-прежнему актуальны. Хотя сегодня, с приходом цифровой техники и постоянно дешевого рынка полупрофессиональных и любительских видеокамер, ситуация кардинально изменилась: практически любой ученый — исследователь любой специальности — может использовать новые цифровые решения на пользу себе и своей профессии. Такая работа требует определенных компетенций и практических навыков, что в определенной степени зависит и от целей, которые ставит перед собой исследовательский коллектив и работающий в команде социолог-режиссер. Так, например, видеоматериал может рассматриваться в качестве иллюстраций к нарративам и служить дополнением для последующего анализа. Или же видеоматериал собирается с целью создания отдельного, самодостаточного



исследовательского продукта, ориентированного на последующую демонстрацию в разных, как академических, так и более широких аудиториях. Отдельная задача — это процедура доведения картинки до соответствующего уровня, что также требует особых компетенций. Но и с этой стороной творческого процесса стало меньше проблем. Так, вместе с ростом популярности визуальных презентаций разного вида и формата появилась новая волна любителей-профессионалов, готовых включиться в работу: фотографов, веб-дизайнеров, фотохудожников. При этом роль социолога-режиссера вовсе не аннулируется. Для работы над профессиональным кинопроектом на всех его этапах требуются люди, не просто владеющие камерой и другими необходимыми навыками кинопроизводства, но и реально вовлеченные в задачи исследования, разделяющие ключевые принципы полевой работы и социологической этики, разбирающиеся в нюансах и способные справляться с задачами разного уровня.

Исследователи, работающие в рамках конструктивистской парадигмы, настаивают на том, что камера создает дополнительный фильтр, деформирующий социальную реальность. Дискуссия вокруг этого вопроса весьма актуальна. Трудно не согласиться с тем, что взгляд режиссера сквозь глаз кинокамеры — это тоже фокус, имплицитно предполагающий интерпретацию полученных данных. Однако деформацию социологического материала, полученного в ходе киносъемки, не стоит преувеличивать: она не больше, чем искажения, возникающие в ходе интерпретации социальной реальности при работе с традиционным инструментарием.

К несомненным преимуществам социологического кино можно отнести его способность служить популяризации социологического знания. Любое научное знание, особенно социальное, стремится к некоей результативности, к получению каких-то практических выводов, которые могут найти прикладное применение. Стремясь узнать нечто новое об обществе, получая от социума разнообразную информацию о его структуре и взаимосвязях, мы стремимся делиться полученным с широкой аудиторией, выходить за рамки исключительно научных публикаций, выступлений на специализированных конференциях, эксклюзивных отчетов для научных фондов и заказчиков. Вопрос заключается не только в том, что мало кто из не входящих в академический пул захочет и сможет купить книгу или прочесть статью в сугубо академическом журнале, т. е. вопрос не только в технической возможности, а в готовности и способности широкой аудитории понять академический язык.

Сегодня все науки пробуют рассказать о своих находках широким аудиториям, все более популярными становятся разнообразные форматы вовлечения жителей городов в дискуссии вокруг значимых и интересных аспектов науки и ее достижений, как, например, «Открытый Университет». Для социологии это так же актуально, как и для других наук, однако следует признать, что именно эта наука находится в арьергарде известности.

На примере реализуемого Центром молодежных исследований НИУ ВШЭ проекта, посвященного проблемам молодежи, можно рассмотреть несколько вариантов визуального прочтения социологических результатов. В центре внимания нашего проекта был поиск и анализ позитивных, созидательных аспектов жизни современной российской молодежи, с особым интересом к вопросам этничности и религии. Мы стремились к получению некоего нового знания о том, что характеризует городские молодежные культурные сцены, в чем их особенности и специфика в сравнительной перспективе. Результаты данного проекта были ориентированы на их использование для поддержки молодежных инициатив, для создания условий для реализации инновативных проектов, для знакомства с опытом самоорганизованных позитивных пространств, в контексте которых этнические и религиозные различия преодолеваются вовлеченностью в «общие смыслы и общее дело». Это выглядит как отличный план и продуктивная схема гармонизации отношений и коммуникации между поколениями, между молодежью и государством.

Сам проект подразумевал «смешанную» методологию и широкую географию. В четырех городах — Махачкале, Санкт-Петербурге, Ульяновске и Казани — были последовательно проведены: количественный опрос в профессиональных колледжах и высших учебных заведениях, глубинные интервью с ключевыми представителями молодежных сцен, кейс-стади отобранных групп. Параллельно с последним этапом велась съемка социологического документального кино на примере кейса махачкалинских любителей уличного воркаута. Исследовательской командой использовалась комбинированная методика сбора данных, а именно: 1) включенное наблюдение с полной вовлеченностью исследователя в практики сообщества и 2) видеосъемка воркаутеров в местах их регулярных тренировок.

Визуализация как преодоление искаженного представления об объекте

Опираясь на многолетний опыт изучения самых разных молодежных сообществ: субкультур, солидарностей, компаний, наш центр продвигает идеи того, что подавляющая часть «не-позитивных», а часто и панических представлений о каждом новом поколении связана с «до-полевой» проблематизацией молодежи, с приписыванием ей девиантных ярлыков. Это не только результат дискурсивного давления, но и недостаточного знания (а часто и его полное отсутствие) об особенностях периода взросления и, кроме того, о существенных трансформациях молодежного пространства в современной России. Причем недостаток или отсутствие знания (и понимания) можно отнести не только к молодежи как «иной» возрастной группе, но и к иной культуре, истории, иным традициям, иному языку. Наивно предполагать, что мы можем бороться с этим, но мы как минимум можем обо всем «ином» рассказать, причем используя голоса и смыслы самих этих «иных». В нашем случае — не только рассказать, но и показать.

Одним из принципов исследовательского подхода нашего Центра является стремление предоставлять голоса самим информантам «без искажений», чтобы с их помощью они могли рассказать о себе, своей компании, круге общения — своими словами, своей музыкой, стилем, особыми повседневными практиками, формами культурного взаимодействия. Параллельно мы стремимся объяснить значимость окружающих их символов, особые гендерные режимы и характер распределения власти в молодежных компаниях. При этом предполагается критический анализ полевых наблюдений с позиции исследователей.

Как показал наработанный опыт видеосъемок, с помощью видеофиксации мы в силах ухватить то, что подчас ускользает от человеческого глаза или уха. Профессиональный оператор (то же самое касается и монтажера), работая над визуальным социологическим проектом, обязан преследовать две цели: 1) создать корректный визуальный материал с точки зрения кинопроизводства, что требует обладания навыками работы с камерой, светом, цветопередачей, звуком, умений подвижной видеосъемки, знаний принципов экспозиции, создания кадра и много другого; 2) обладать профессиональными навыками полевого социолога, чтобы не нарушать гармонию поля, не искажать «киноглазом» (в терминологии Дзиги Вертова (Вертов, 1966)) предстающую перед ним реальность, обладать социологическим воображением и быть открытым к новому знанию. При профессиональном сочетании этих двух навыков и профессиональных компетенций искажение может быть сведено к минимуму. И хотя ученые, придерживающиеся конструктивистской парадигмы, считают, что искажения не избежать, осмелимся утверждать, что оно будет не больше, чем определенные искажения и переинтерпретации материала, зафиксированного, полученного исследователем в ходе обычной этнографии без камеры.



Визуальное как публичный документ

Возвращаясь к опыту Центра молодежных исследований, важно отметить, что мы параллельно с концептуализацией солидарного и сценового подходов (Omelchenko, Sabirova, 2015) развиваем и практические навыки, тестируя и совершенствуя новые инструменты. На нашем счету 5 полноценных документальных социологических проектов, каждый из которых — это не только рассказ о новом мнении, группе, пространстве, но еще и поиск оптимального решения передачи материала. Визуальный социологический проект должен быть не только социологическим, но и визуальным. Он должен соответствовать современным требованиям, предъявляемым к документалистике, медийной подаче и актуальному творчеству, соответствовать современным информационным технологиям и решениям. Иначе мы попросту могли бы выкладывать «сырые» интервью, что вполне приемлемо, например, для учебного процесса. Но привлечь более широкие аудитории к просмотру такой материалы, скорее, нереально. С помощью социологической документалистики можно предложить актуальную информацию о современной молодежи, что называется, из первых уст. Продемонстрировать визуально аудитории то, чего она, может быть, не увидела бы своими глазами.

Функции режиссера в поле

В социологическом поле рядом с исследователем присутствует не большая съемочная группа, а только одиночный filmmaker. Это связано с двумя ключевыми обстоятельствами: финансирование и нежелание перегружать поле «чужаками». Как показал опыт, в исследовании / съемочном процессе не может быть больше двух человек, когда речь идет о включенном наблюдении в молодежную группу или компанию. Первый выступает классическим качественником, который фиксирует результаты наблюдения, проводит глубинные и биографические интервью (с диктофоном), второй выполняет функции сценариста/режиссера/оператора. Другим основным отличием социологического кино от прочих документальных форматов является отсутствие реконструкции событий — формирование сценария осуществляется только на основе собранного материала, где возможно только включение комментария исследователя-социолога (хотя последнее является спорным тезисом). Есть множество других нюансов, описание которых выходит за рамки обозначенной в данной статье задачи. На данном этапе мы стараемся выяснить, какое же впечатление создается у самого режиссера-социолога в процессе съемки фильма такого непривычного формата.

Использование социологической документалистики в рамках исследовательских проектов расширяет возможности распространения результатов далеко за рамки академических аудиторий. Это может способствовать популяризации социологического знания и реализовывать задачи публичной социологии (Burawoy, 2004).

Здесь снимают кино: точка зрения участвующего исследователя

С точки зрения социолога-исследователя, появление камеры означает привнесение в поле нового ресурса, который может оказать как позитивный, так и негативный эффекты. В литературе, посвященной социологическому (и антропологическому) кино, обсуждается деформирующий эффект, который оказывает появление видеокamеры в изучаемом поле (Gottdiener, 1979; Albrecht, 1985; Lomax, Casey, 1998). Утверждается, что камера сама по себе является одним из акторов социального действия, провоцируя попадающих в ее фокус людей вести себя не так, как в «обычной жизни», и тем самым создавая избыточные «помехи».

Для конкретного обсуждения этого аспекта остановимся более подробно на кейсе махачкалинских любителей уличного воркаута. Это неформальное сообщество существует в Махачкале уже 3 года. Оно объединяет молодых мужчин (школьников, студентов ссузов и вузов) в возрасте от 10 до 25 лет. Идеология сообщества базируется на принципах здорового образа жизни и антиконсюмеризма.

Камера как исследовательский ресурс

В контексте выбранного нами объекта проблема визуального искажения восприятия сообщества приобретала дополнительное звучание: молодые люди были не просто открыты для съемки, но рассматривали факт съемки как возможность для увеличения своего символического капитала: *«Нас с Митей (режиссера и кинооператора. — Прим. авт.) воспринимают как обладателей полезного для группы ресурса — видеокamеры. Поэтому отсутствие Мити всегда заметно. Задаются вопросы: Почему сегодня нет оператора? Магомед Расул спросил, когда мы уезжаем. — 21-го — Утром или вечером? — Скорей всего, вечером. — А, тогда вы успеете на соревнования, у нас будут соревнования в институте» (дневник наблюдения от 10.09.2016).*

Чередование дней съемки с днями «чистого» включенного наблюдения было элементом нашей исследовательской стратегии. Позиция участвующего исследователя, полностью вовлеченного в практики сообщества, позволяла фиксировать не только взаимодействия между его участниками, но и их реакцию на присутствие/отсутствие камеры в поле.

Появление камеры (вне зависимости от того, велась съемка или нет) производило эффект, аналогичный эффекту фотовыявления, описанному Дугласом Харпером (Harper, 1988). В данном случае полем для «выявления» стала латентная борьба за лидерство в сообществе воркаутеров. Фрейм «Здесь снимают кино» ориентировал двух авторитетных участников сообщества на активный характер поведения, направленный на контроль дискурса (кто говорит), образа (что снимается) и метода (как снимается): *«Саид активно вмешивался в процесс съемки, постоянно подходил к оператору, указывая ему на какого-нибудь участника и говорил: вот можете снять вот это. Или сам: вот я сейчас буду делать такой-то элемент, можете снимать. Или, например: Это имярек, он пришел к нам в 12 лет, сейчас ему 14, он один из лучших, хорошо подкачался, выступает на соревнованиях» (дневник наблюдений от 02.09.2016).*

Пример, поданный лидерами, очень быстро превратился в общую стратегию взаимоотношений группы с исследовательской командой. Воспринимая происходящее как игру на камеру, воркаутеры стремились к тому, чтобы эта игра велась по их правилам и в соответствии с их представлениями о том, какая картинка и какой текст должны попасть в фокус. Кроме того, они пытались выровнять ассиметричные отношения, неизбежно возникающие между исследователем и исследуемым, переадресуя участвующему исследователю его собственные вопросы: *«Увидел на Саиде майку “Единой России”: — Ты за “Единую Россию”? — Нет. — А откуда майка? — Были соревнования, там спонсор был из “Единой России”. А сам я не за ЕР. — Магомед Расул (мне): Ты за какую партию голосуешь? Я: Я в этот раз не голосую, я же здесь буду. Магомед Расул: Нет, а вообще, за кого голосуешь? Я: Я ни за кого. Магомед Расул: Вот и правильно. Я тоже ни за кого. Какая разница? Там уже все все равно поделено, а он (хлопает по плечам Саида) КПРФ (смеется)» (дневник наблюдения от 07.09.2016).*

Ограничения киносъемки: «закадровый» опыт

Разделение труда, установившееся в нашей исследовательской команде, позволило участвующему наблюдателю сформулировать главное ограничение кино как исследовательского метода. Даже если предположить, что видеокamera способна уловить,



передать без искажений визуальный ряд и звук, тактильный аспект социального и культурного опыта оказывается для нее недостижимой высотой. Между тем тактильность играет ключевую роль в формировании солидарности и идентичности воркаутеров. Чувство группы здесь формируется, прежде всего, в ходе коммуникации/взаимодействия тел. Один случай, произошедший на тренировочной площадке, помог осознать, что, несмотря на кажущуюся хаотичность тактильных взаимодействий, они подчиняются определенной логике и являются результатом практик дисциплинирования и стилизации тела: *«После интервью пошел прощаться с теми, кто еще оставался. Компания из 5 человек собралась на брусках, стояли/сидели полукругом. Я говорю: Ну что, я пошел, “Салам Алейкум”, тут ко мне сразу потянулось семь правых (включая Рамазанову) ладоней. Я, честно говоря, смутился, а потом говорю: Так, давайте по часовой стрелке. Нет, говорит Рамазан, по часовой неудобно, удобней против часовой. И действительно, удобней» (дневник наблюдения от 16.08.2016).*

Культурная экономика приветствий в среде махачкалинских воркаутеров базируется на комплексе вербальных и тактильных практик («Ас салам алейкум — Ва алейкум ассалам» как единственная легитимная речевая форма приветствия, а также рукопожатие, которое сопровождается одновременным перекрытием правой ладони партнера своей левой ладонью), конституирующих сообщество как религиозное «братство» — «джамат». Манифестация мусульманской религиозности на уровне моторики служит символической «платой за вход» даже в том случае, если индивид исповедует другую религию или не исповедует никакой. Урок коллективного рукопожатия — часть практического знания, которое усваивается членами сообщества «на автомате», в ходе многократного повторения рутинных действий, и потому вряд ли может быть «схвачено» в ходе отстраненного наблюдения «невооруженным» глазом или в процессе видеосъемки. Лишь позиция новичка, занятая участвующим исследователем, и возникший впоследствии сбой в тактильной коммуникации новичка с более опытными участниками сообщества позволили дать адекватную интерпретацию этому фрагменту «закадрового» опыта.

Власть камеры

Выводы, сделанные по результатам двойного наблюдения — за группой и за исследователем с камерой, — далеки и от оптимизма относительно социологического кино как максимально объективной репрезентации социальной реальности, так и от редукционистской позиции некоторых авторов, отводящих видеоданным вспомогательную функцию визуализации и озвучивания данных. Несомненно, присутствие камеры в поле оказывает деформирующее воздействие на исследуемый объект и таким образом служит фактором воспроизводства «искаженной» социальной реальности.

Совет использовать наблюдение, интервьюирование и другие классические техники сбора данных для валидации видеоматериала оказывается бессильным перед властью фрейма «Здесь снимается кино», задающего осевую стратегию взаимодействия исследователей и исследуемых, релевантную даже в те моменты времени, когда исследователь с камерой физически отсутствует.

Вместе с тем социологическое кино обладает недооцененным эвристическим потенциалом не как метод сбора, анализа и репрезентации данных, а как стратегия исследовательской коммуникации и взаимодействия с полем. Умеренный позитивизм в данном случае является скорее преимуществом, чем недостатком. Он консистентен установкам и ожиданиям, разделяемым участниками сообщества, и тем самым способствует формированию общего смыслового пространства, в котором становится возможным понимание Другого.

Выводы

Несмотря на методологические и мировоззренческие противоречия, авторы статьи сходятся во мнении, что взаимодействие участвующего исследователя и социолога-режиссера стало важной методологической находкой. В то время как впечатления участвующего исследователя служили социологу-режиссеру ситуативной инструкцией, позволяющей корректировать процесс съемки, присутствие камеры позволяло участвующему исследователю выявлять латентные конфликты и противоречия в изучаемом сообществе.

Обсуждение особенностей работы с камерой в этнографическом поле призвано способствовать продвижению социологической документалистики и привлечению более широкой аудитории к восприятию и использованию результатов социологических исследований. Это может способствовать повышению узнаваемости и значимости информации визуального ряда, более ясному и понятному формату разговора с аудиторией в эпоху повсеместной визуализации и медиизации социальной жизни, что особенно актуально при разговоре с молодежью. Важным преимуществом социологической документалистики является вовлеченность режиссера в исследовательский процесс, не только понимание задач, ключевых теоретических и методологических рамок и подходов, но и этических аспектов взаимодействия социолога с информантами, понимание ответственности перед ними, четкое следование основным правилам полевого этапа.

Литература

- Вертов Д. Статьи, дневники, замыслы. М.: Искусство, 1966.
- Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность: сб. науч. статей / Под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Романова, В. Л. Круткина. М.: Научная книга, 2007.
- Запорожец О. Н. Визуальная социология: в поисках границ // IV Всероссийский социологический конгресс. Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие. Секция 36. Методология и методы эмпирических исследований. 2012. URL: <http://www.ssa-rss.ru/files/File/congress2012/part50.pdf> (дата обращения: 01.11.16).
- Печурина А. В. Визуализация социальных исследований: новые данные или новые знания? // Социологический журнал. 2007. № 3. С. 81–89.
- Хайдер К. Этнографическое кино. М.: ИЭА РАН, 2000.
- Albrecht G. L. Videotape Safaris: Entering the Field with a Camera // *Qualitative Sociology*. 1985. № 4 (8). P. 325–344.
- Becker H. S. *Photography and Sociology* // *Studies in the Anthropology of Visual Communication*. 1974. № 1. P. 3–26.
- Brown K. M., Dille R., Marshall K. Using a Head-Mounted Video Camera to Understand Social Worlds and Experiences // *Sociological Research Online*. 2008. № 6 (13). URL: <http://www.socresonline.org.uk/13/6/1.html> (дата обращения: 06.07.2017).
- Burawoy M. For Public Sociology: The Presidential Address // *American Sociological Review*. 2004. № 1 (70). P. 4–24.
- Collier J., Collier M. *Visual Anthropology: Photography as a Research Method*. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1987.
- Emmison M., Smith P. Putting Visual Data into Focus // *SAGE Visual Methods* / Ed. by J. Hughes. L.: Sage Publications, 2012. Vol. 1: Principles, Issues, Debates and Controversies in Visual Research. P. 145–166.
- Gottdiener M. Field Research and Video Tape // *Sociological Inquiry*. 1979. № 4 (49). P. 59–65.
- Harper D. Visual Sociology: Expanding Social Vision // *The American Sociologist*. 1988. № 1 (19). P. 54–70.
- Knoblach H., Schnettler B., Raab J. Video Analysis: Methodology and Methods // *Qualitative Audio-visual Data Analysis in Sociology*. Frankfurt am Main et al.: Lang, 2006. P. 9–28.



Lomax H., Casey N. Recording social life: Reflexivity and video methodology // Sociological Research Online. 1998. № 2 (3). URL: <http://www.socresonline.org.uk/3/2/1.html> (дата обращения: 06.07.2017).

MacDougall D. The Visual in Anthropology // Rethinking Visual Anthropology / Ed. by M. Banks, H. Morphy. New Haven; London: Yale University Press, 1997. P. 276–295.

Mondada L. Video Recording as the Reflexive Preservation and Configuration of Phenomenal Features for Analysis // Video analysis: Methodology and methods / Ed. by H. Knoblauch, B. Schnettler, R. Jürgen. Frankfurt am Main: Lang, 2006. P. 51–68.

Omelchenko E. L., Sabirova G. Youth Cultures in Contemporary Russia: Memory, Politics, Solidarities // Eastern European Youth Cultures in a Global Context. London: Palgrave Macmillan, 2015. P. 253–270.

Pink S. The Future of Visual Anthropology: Engaging the Senses. London: Routledge, 2006.

Ruby J. Exposing Yourself: Reflexivity, Anthropology, and Film // Semiotica. 1980. № 30. P. 153–180.

Worth S., Adair J. Through Navajo Eyes: An Exploration in Film Communication and Anthropology. Bloomington: Indiana University Press, 1972.

Переезды внутри Москвы: как тип домохозяйства и стиль жизни предопределяет выбор места жительства¹

Мария Балакирева*, Александра Горяйнова**, Елизавета Полухина***

Данная статья основана на материалах 3-х последовательных этапов работы с данными (*qual*->*quant*->*qual*)², посвященных анализу внутригородских переездов жителей Москвы. На первом этапе (*qual*) на материалах биографических интервью советских поколений проанализированы жилищные траектории, в результате построена типология внутригородских переездов, актуальная для Москвы XX в.³, и показано, что в советское время траектории внутригородских переездов были преимущественно предопределены внешними обстоятельствами и решениями «сверху» (подселение, «дали квартиру»).

Разработанная на первом этапе типология переездов легла в основу 2-й количественной части — анкеты, измеряющей внутригородские переезды современных горожан. В результате онлайн-опроса с участием 153 респондентов (*quant*) и последующего кластерного анализа были выделены 6 групп «переезжающих» москвичей. Показано, что современные переезды связаны, в первую очередь, с индивидуализированным желанием горожанина улучшить жилищные условия, выбрать жилое пространство, соответствующее его типу семьи и образу жизни.

На 3-м этапе из участников опроса было выбрано 16 информантов 18–30 лет. С ними были проведены полужформализованные биографические интервью (*qual*), детализирующие тему переезда и значения современного жилья. Показано, что для молодежи жилище, с одной стороны, сохраняет функцию традиционного «дома» (сон, хранение вещей и др.), а с другой стороны, выполняет роль и «рабочей зоны» (работа на компьютере, творчество), и «публичной площадки» для реализации коллективных действий.

Ключевые слова: внутригородские переезды, жилищные мобильность, жилищные траектории, Москва, ментальная карта домашнего пространства, молодежь

Введение

Основу работы составляет биографический подход, который трактует переезд, смену места жительства, как значимое биографическое событие (Coulter, Ham, 2013; Стрельникова, 2014; Социальная мобильность..., 2017). Оптика жилищной мобильности

¹ Статья написана в рамках проекта РНФ «Межпоколенная социальная мобильность от XX века к XXI: четыре генерации российской истории» (грант № 14-28-00217-П).

* Балакирева Мария, магистрант НИУ ВШЭ. balmaly10@gmail.com.

** Балакирева Мария, магистрант НИУ ВШЭ. balmaly10@gmail.com.

*** Полухина Елизавета, доцент департамента социологии НИУ ВШЭ, доцент социологического факультета ГАУГН. epolukhina@hse.ru.

² В рамках современных аббревиатур части эмпирического исследования обозначаются следующим образом: качественная часть — «qual», от английского «qualitative», количественная часть — «quant», от «quantitative» (Morgan, 2014).

³ Об анализе жилищных траекторий москвичей в XX в. ранее уже было подробно написано на страницах данного журнала (см.: Полухина, Горяйнова, 2015).



как акта смены индивидом места жительства позволяет понять: какие события и процессы, сопутствующие переезду, происходят на жизненном пути индивидов и какими смыслами наполняется это изменение (Полухина, 2017). В советское время внутригородские переезды были опосредованы внешними обстоятельствами и решениями «сверху» (перевод, подселение, «дали квартиру»). В постсоветском контексте — это событие, где индивид, с одной стороны, «вынужден» самостоятельно решать этот вопрос, а с другой стороны, избирателен в выборе условий для жизни, предпринимает самостоятельные действия для переезда и выбора нового жилья. Почему и как переезжал индивид / его семья тогда и сегодня? Этот микросюжет переезда является важным элементом, структурирующим повседневную жизнь индивидов.

Традиционным методом сбора данных в рамках биографического подхода является биографическое интервью, к которому мы обращались на 1-м и 3-м этапах данной работы. Проанализированные жилищные траектории советского периода легли в основу разработки современного инструментария онлайн-опроса относительно недавно совершенного переезда. Материалы биографического архива⁴ рассказывают о смыслах, механизмах и жилищных траекториях в прошлом. Дополненные анализом современной литературы жилищные траектории ложатся в основу современной анкеты, позволяющей в дальнейшем построить взаимосвязь между социальной группой и типом выбираемого жилья. В дальнейшем среди участников онлайн-опроса было выбрано 16 информантов в возрасте 18–30 лет, с которыми были проведены полуформализованные биографические интервью (qual), детализирующие тему переезда и раскрывающие значение жилья.

Предыстория. Первый этап исследования (qual). Жилищные траектории москвичей в XX в. как предмет анализа биографических интервью

Первая часть проекта была построена на архивных данных, собранных в 1992–1994 гг. в рамках проекта «Век социальной мобильности в России» (руководитель Д. Берто). Для анализа были использованы семейные интервью с представителями 3-х поколений (г. Москва). В целом эмпирическую базу первой части исследования составили 38 полуструктурированных биографических интервью. Проанализированы⁵ интервью с представителями трех поколений: 1) прародители, от 1898 до 1917 г. рождения; 2) родители, от 1929 (один человек 1922) до 1953 г. рождения; 3) дети, рожденные с 1966 до 1970 г. На основе анализа были выделены 3 типа жилищных траекторий семьи: *профессиональный переезд; образовательный переезд; вынужденный переезд* вследствие нестабильной социальной ситуации, связанной с войной. В итоге был сделан вывод о том, что характер жилищной мобильности (интенсивность, качество сменяемого жилья) предопределен типом совершенного переезда, т. е. категория «тип переезда» является структурообразующей. При этом мы пришли к заключению, что большая часть

⁴ В статье используются архивные данные, собранные в 1992–1994 гг. в Москве в рамках проекта «Век социальной мобильности в России» (руководитель Д. Берто, 1992–1994 гг.). Для анализа были выбраны материалы о 21-й семье (всего проведено 38 интервью).

⁵ Для каждой семьи были построены жилищные траектории — аналитические схемы жилищной мобильности в межпоколенческой перспективе, где один акт мобильности — смена типа жилья членами семьи. Мы исходили из допущения, что основанием для выделения в отдельный «тип» являются траектории, которые свойственны нескольким анализируемым семьям (происходило редуцирование до наиболее «типичных» случаев, характерных для нескольких семей). В результате были обозначены различные типы жилища, которые сменяются тремя поколениями информантов; указаны акты мобильности и «поводы» (личные мотивы) и «внешние» обстоятельства, спровоцировавшие перемещения; показаны переезды старшего (1), среднего (2) и младшего (3) поколений с помощью иллюстрирующих «стрелок»; обозначены профессиональные статусы информантов, для которых актуальны разные механизмы распределения жилья (Полухина, Горяйнова, 2015).

проанализированных жилищных переездов носила скорее вынужденный характер, что соответствовало правилам советской системы (расселения и подселения из-за военных/революционных действий, перевод на новое рабочее место / должность). Можно ли применить данную типологию переездов к сегодняшней Москве? Каковы структура и интенции внутригородских переездов среди жителей современной Москвы в начале XXI в. в контексте постсоветских преобразований?

От анализа вторичных данных к разработке анкеты: работа с библиографией и «насыщение» типологии переездов

Так как категория «тип переезда» является структурообразующей, мы решили разработать типологию внутригородских переездов, актуальную для постсоветской действительности. На 2-м этапе исследования одной из задач была разработка «эмпирически обоснованной» типологии переездов — главной системы классификации в рамках нового исследовательского инструментария.

Обращение к анализу публикаций по тематике внутригородских переездов позволяет сделать теоретическое «насыщение» типологии, которое затем можно адаптировать к современному контексту. В представленной ниже таблице 1 продемонстрированы названия исследований, анализ которых позволяет сформировать «шкалу» для изучения причин переездов.

Таблица 1

Причины переезда

Предмет исследования / название издания	Причины переезда					
	Работа	Учеба	Семья	Жилье / жилищные условия	Вынужденные (военные/ революционные действия)	Другие причины
Вторичный анализ биографических интервью, анализ траекторий жилищной мобильности (Полухина, Горяйнова, 2015)	+	+			+	
Архив Института социологии АН СССР, исследование в Набережных Челнах, миграционное поведение	+	+	+	+	+	
Why people move: Exploring the March 2000 current population survey (Schachter, 2001)	+		+	+		+

В американском контексте переезды внутри города происходят по причине смены жилищных условий, в то время как перемещения между регионами связываются с работой (Schachter, 2001, p. 1). Так, Дж. Шахтером были выделены 4 категории типов переезда: переезд, связанный с семейными причинами; переезд, связанный с работой; переезд, связанный с качеством жилья; переезд, связанный с другими причинами (Schachter, 2001, p. 2). При этом каждый из видов переезда включает более подробный список (под)причин. Так, к примеру, как изменение в семейном положении, так и создание новой семьи могут быть основанием для более общей категории «переезд,



связанный с семейными обстоятельствами». Профессиональный переезд может происходить по следующим причинам: новая работа, поиск работы, ее потеря, более близкое расположение к дому, уход на пенсию. Обстоятельства, связанные с жилищными условиями, могут включать в себя: желание иметь собственный дом, иметь новую квартиру/дом или иметь лучшее, чем предыдущее, место жительства, желание поменять район, иметь более дешевое жилье. Для каждого из этих типов переезда могут быть и другие причины, например, поступление в университет, изменения в состоянии здоровья и, как следствие, потребность в новом типе жилья и т. д. В американском исследовании большинство опрошенных (около 52%) переезжают из-за жилищных условий, 25% — по семейным причинам, и около 16% — по причинам, связанным с работой (Schachter, 2001, р. 2). На наш взгляд, важным ограничением исследования выступал тот факт, что в категорию «другое» (4-й тип переезда) входило очень много подпунктов, которые не были представлены и должным образом проанализированы.

Исследование мигрантов, проживающих в общежитиях⁶ в Набережных Челнах, проведенное в позднесоветский период, также выясняло причину переезда при изменении места жительства (возможно, что в данном контексте предполагается переезд в другой населенный пункт). Многие из нижеперечисленных причин пересекаются с причинами, выделенными нами при построении траекторий на 1-м этапе. Так, в качестве вариантов ответа при опросе выделялись следующие причины переезда:

- демобилизация;
- переезд родителей;
- на учебу;
- на работу (в т. ч. по переводу, направление после учебы);
- семейные обстоятельства, женитьба, замужество, развод;
- получение жилья.

При разработке нашего инструментария учитывались факторы, которые важны для индивидов при выборе места жительства. Зарубежные авторы выделяют множество факторов — стимулов, влияющих на решение переехать:

- государственные услуги, такие как образование, качество и доступность жилья;
- место работы;
- ожидаемые текущие расходы;
- местные сервисы;
- рекреационные возможности;
- социальная стратификация;
- доступность общественного транспорта и т. д. (Kleit et al., 2016, р. 190).

Выбирая новое место жительства, вписывая его в свои городские маршруты, индивид может руководствоваться именно такими факторами, как желание поменять район на более «благоприятный» для него. Поэтому мы дополнили список возможных факторов, повлиявших на переезд индивида, такими факторами, как желание поменять район, превосходство нового района с точки зрения транспортной доступности, превосходство инфраструктуры нового района, более хорошая экологическая ситуация в новом районе проживания.

В результате анализа литературы нами была разработана следующая типология переездов. Она, как нам видится, актуальна для сегодняшней ситуации в Москве и позволяет охватить весь спектр возможных причин для переезда:

- переезд по семейным обстоятельствам;
- переезд, связанный с работой;

⁶ В 1987 г. Институтом социологии АН СССР совместно с городскими партийными органами было проведено исследование в Набережных Челнах, касающееся механизмов и факторов миграционного поведения. См. сайт Единого архива экономических и социологических данных: URL: <http://sophist.hse.ru> (дата обращения: 08.07.2017).

- переезд по «вынужденным» причинам;
- переезд, связанный с жильем / жилищными условиями (желание расширить жилую площадь, поменять район на более благоприятный и пр.);
- переезд, связанный с другими причинами.

Разработанная нами анкета включает следующие тематические блоки:

- период и число переездов;
- состав «переезжающих», точки «мобильности»: откуда-куда;
- причины и обстоятельства переезда;
- факторы выбора жилья (т. е. респонденты отмечают, насколько, по их мнению, важны те или иные характеристики при выборе места жительства (шкала состоит из 7 градаций));
- социально-демографический портрет.

Во время разработки инструментария было проведено пилотажное исследование с респондентами, проживающими в Москве (опрошено 20 человек). При пилотаже использовалась методика «интервью о вопросах» — когнитивные интервью, в которых мы спрашивали о доступности для понимания формулировок вопросов, сложности заполнения анкеты, о наименее удачных и релевантных вопросах. Пилотаж анкеты позволил выявить проблемные «зоны», добиться четкости формулировок вопросов и полноты предложенных вариантов ответа, адаптировать анкету для восприятия.

В качестве эмпирического объекта на данном этапе выступали индивиды, во-первых, принадлежащие современному послеперестроечному поколению (Семенова, 2005), во-вторых, изначально проживающие в Москве или переехавшие из другого города в Москву, совершившие за последний год переезд (смену места жительства) в пределах столицы (т. е. в настоящее время проживающие в Москве и совершавшие переезд хотя бы один раз в жизни). Таким образом, исследование ограничено рамками внутригородских переездов.

В качестве метода сбора данных был выбран онлайн-опрос. Поскольку анкета включала вопрос с точным определением адреса проживания (довольно сенситивная информация, как показало исследование), для повышения качества ответов было принято решение осуществить выборку методом снежного кома, что позволило бы увеличить уровень «доверия» респондентов. Полностью было заполнено 153 анкеты.

Кластерный анализ: значимые различия и группы «переезжающих» москвичей

Основной задачей было выделить среди респондентов группы, характеризующиеся схожими мотивами совершенного переезда, поэтому мы обратились к кластерному анализу (см. Приложение 1). В выявленных группах проводился сравнительный анализ социально-демографических характеристик респондентов. В результате проведенного кластерного анализа были выделены 6 групп «переезжающих» москвичей.

1-й кластер. Молодые горожане, улучшающие локацию проживания. Данная группа составляет 15% от общего числа респондентов. Это те респонденты, которые выбрали новое место жительства, руководствуясь, в первую очередь, не личными причинами, а особенностями расположения нового жилья. Самый высокий вес имели такие факторы, как месторасположение нового места жительства, транспортная доступность, состояние инфраструктуры нового района. Все остальные факторы (личные причины, такие как здоровье, изменение дохода, отношения с родственниками, создание новой семьи) имели сравнительно небольшой вес. Средний возраст респондентов составил 26 лет (подробнее см. в Приложении 2). Это как никогда не состоявшие в браке респонденты (55%), так и состоящие в гражданском или зарегистрированном браке (40%).



В большинстве своем (71%) у респондентов данной группы нет детей, в большинстве случаев — высшее образование (67%).

2-й кластер. «Свободные» молодые горожане с ограниченными финансовыми возможностями. Данные респонденты выбирали новое место жительства, исходя из местоположения и транспортной доступности. У всех (100%) респондентов данной группы нет детей, и они никогда не состояли в браке. Уровень образования: незаконченное высшее (25% случаев) и высшее (75%). Зачастую они выбирали жилье дешевле предыдущего, т. к. финансовый фактор в этой группе особо значим. Резко отличает данную группу от предыдущей только уровень значимости финансового фактора: при выборе места жительства важным было найти жилье дешевле предыдущего. Субъективная оценка уровня дохода в данной группе ниже, нежели в первом кластере (см. Приложение 2). В данный кластер вошли 10% опрошенных горожан.

3-й кластер. Горожане, расширяющие жилую площадь. Для данной категории респондентов в отличие от первых двух месторасположение и доступность нового места жительства не имели существенного значения. Ключевой фактор — стремление расширить жилплощадь. Остальные факторы имеют сравнительно небольшую значимость (см. Приложение 1). Различия в уровне образования, семейном положении, уровне дохода в данном кластере не позволяют сказать, что это чем-то «выделяющаяся» категория людей. К данной группе принадлежат 27% опрошенных.

4-й кластер. Молодые горожане, переехавшие из-за смены места учебы/работы (вынужденный переезд). В данный кластер вошли 14% респондентов. Группу отличает то, что переезд был своего рода вынужденным (в связи с такими жизненными обстоятельствами, как смена места учебы или работы). Все остальные факторы (личные причины, такие как здоровье, изменение дохода, отношения с родственниками, создание новой семьи, градостроительная политика, желания сменить локацию на более удачную) имели практически нулевой вес. Что и подтверждается социально-демографическими характеристиками (см. Приложение 2): подавляющее большинство (94%) респондентов не состоят в браке, у 100% нет детей, это студенты (67%), либо молодые специалисты (22%).

5-й кластер. Молодые «одинокие» специалисты, стремящиеся улучшить жилищные условия. Группа составляет 13% от общего числа респондентов. В данном случае на первый план выходят личные причины (изменение отношений с родственниками, желание жить отдельно), также — стремление улучшить жилищные условия и расширить жилплощадь. Особенности локации (район, транспортная доступность) роли в данном случае не играют. 80% респондентов данной группы никогда не состояли в браке, у 90% нет детей (см. Приложение 2).

6-й кластер. Молодые семьи, стремящиеся к «решению квартирного вопроса». В данный кластер вошли 21% опрошенных. В данном случае основной причиной переезда стало создание новой семьи, желание жить отдельно и расширить жилплощадь. Остальные факторы имеют значительно менее выраженное значение. Подавляющее большинство респондентов в данном кластере состоят в браке (87%). У 26% респондентов уже есть хотя бы один ребенок. Среди них уже практически нет студентов (6%), это специалисты различного уровня квалификации.

Таким образом, доминирующей причиной переезда является желание улучшения качества жилищных условий. Наиболее важными признаками дифференциации «переезжающих» внутри города являются тип домохозяйства (жизненный цикл семьи) и тот образ жизни, который ведут его члены. В ситуации выбора, когда переезд не является вынужденным событием, именно образ жизни индивида/домохозяйства детерминирует выбор места жилой среды.

Последующие биографические интервью с представителями «молодежи»⁷: как живете и почему переехали?

В ходе последующего этапа из участников опроса было выбрано 16 информантов, с кем были проведены полужформализованные биографические интервью. Задачи интервью состояли в: а) изучении образа жизни индивидов, типичных для них практик, совершаемых в жилой зоне; б) детализации причин и обстоятельств совершенного переезда (уточнение, по сравнению с опросом); в) выяснении смыслов, придаваемых жилью, и требований, предъявляемых к нему.

Ментальная карта домашнего пространства: дом становится «рабочим» и «публичным» местом

В исследовании мы использовали метод полужформализованного биографического интервью. Для «проекции» повседневных практик на физическое пространство, а именно для изучения того, каким образом различные практики локализируются в пространстве дома, представлялось важным использовать проективную методику. Данная методика «отображения» пространства дома — модифицированный способ ментального картографирования (Веселкова, 2010) в сочетании с графической схемой домашнего пространства (Нартова-Бочавер, 2016). К. Глазков уделяет внимание свойствам ментальных карт: во-первых, изучаемые представления визуализированы, визуальное является центральным, приоритетным; во-вторых, ментальные карты визуализируют представления о местности, люди должны выражать свое видение местности; в-третьих, непосредственным создателем ментальной карты является информант; в-четвертых, ментальные карты создаются для исследования (Глазков, 2013).

В целом среди сильных сторон реализованной проективной методики «ментальная карта домашнего пространства» можно выделить: во-первых, создание рисунка как стимула для повествования, во-вторых, «опредмечивание» обсуждаемого пространства (из изображения понятно, что и где располагается, как используется), в-третьих, возможность сопоставления, дополнения устного рассказа графической информацией. Задача методики — описание домашних зон и практик их использования. Задание по проективной методике звучало следующим образом: *«Изобразите, пожалуйста, схематично Ваше жилище, выделите (цветом, линией или как-то еще) те зоны, которые вы считаете “своими”, которые Вы ассоциируете с “личным пространством”. Если с Вами проживает кто-то еще, пожалуйста, отметьте другим цветом (другой линией и т. п.) зоны, которые Вы бы обозначили как личное пространство каждого из жителей. Подпишите, пожалуйста, иные зоны, важные элементы и основные занятия, которые Вы совершаете в каждом из этих мест»*. Выполненное задание (см. рис. 1 и 2) сопровождалось обсуждением во время интервью.

На основании проведенных интервью с молодежью можно выделить следующие функции и практики использования пространства жилища:

- функции классического «дома»: сон, уход за собой, питание, хранение вещей;
- функции «работы»: работа на компьютере, творчество (рисование и другие подобные практики);
- функции «публичной площадки»: прием гостей, танцевальная площадка, совместный прием пищи, фотографирование.

⁷ Объектом исследования выступала молодежь (от 18 до 30 лет) как актуальная социально-демографическая группа в силу изменившегося образа жизни и предпочтений, отличных от опыта предшествующих поколений.



Таким образом, мы наблюдаем тренд на диверсификацию жилищного пространства: оно сочетает функции как классического «приватного» дома, так и рабочего пространства и публичной площадки. Эти функции отражаются на организации пространства дома, выборе места проживания. На фоне возросшей потребности в «публичном» пространстве в рамках жилища обозначается потребность в отграничении этого пространства от «личной» зоны. Наиболее приоритетной в домашнем пространстве остается «личная» зона, наличие которой является важным элементом для большей части информантов: «...Вспоминать страшно... главное это личное пространство, да!... Это и стало катализатором моего переезда. Теперь в своей комнате я делаю все. В идеале хотелось бы, чтобы у каждого была своя большая комната. Могу ради этого поступиться каким-то большим коридором или общей комнатой в нашей квартире... А если в общежитии, то любая, пусть мизерная, главное — своя...» (ж., 23 года, снимает жилье с друзьями).

В молодых семьях невозможность «отделения» рабочей зоны часто становится поводом для конфликтов: «...у нас был разный режим дня... Компьютерный стол стоял в спальне, ну как и у всех это бывает... Часто ссорились. Невозможно было мне спать, потому что мешал свет от включенного монитора» (ж., 25 лет, незарегистрированный брак).

В целом пространство для работы участники исследования видят «отделенным» от зон для бытовых и досуговых дел, что видно на схемах желаемой организации пространства (см. рис. 1).

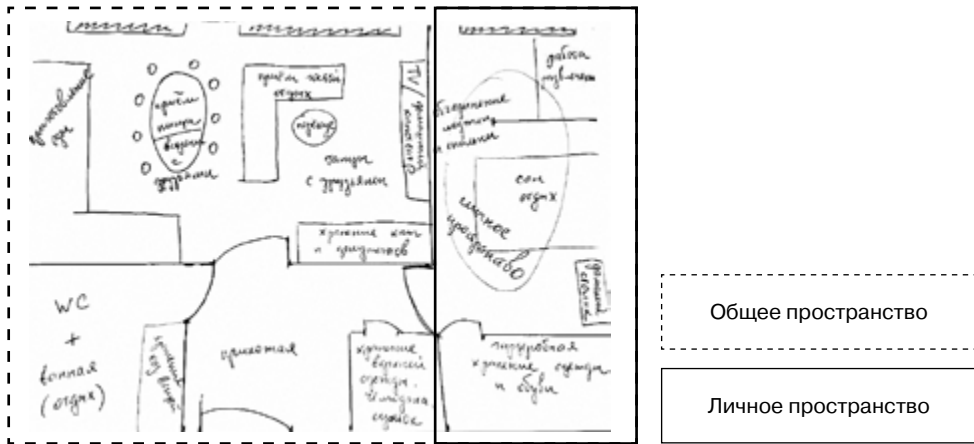


Рис. 1. Ментальная карта домашнего пространства: разграничение «общего» и «личного» пространств. Автор: ж., 26 лет, проживает в квартире одна

Многие участники исследования, рисуя «жилище», изображали внедомовую территорию — парки, сады — как значимые для них места, где они часто проводят время (см. рис. 2).

Таким образом, поводом к переезду являются важные жизненные события — вступление в брак, рождение детей, их взросление, смена работы, выход на пенсию и др. В свою очередь, главной причиной жилищной мобильности современных москвичей является переход индивидом / его домохозяйством в новую фазу жизненного цикла.

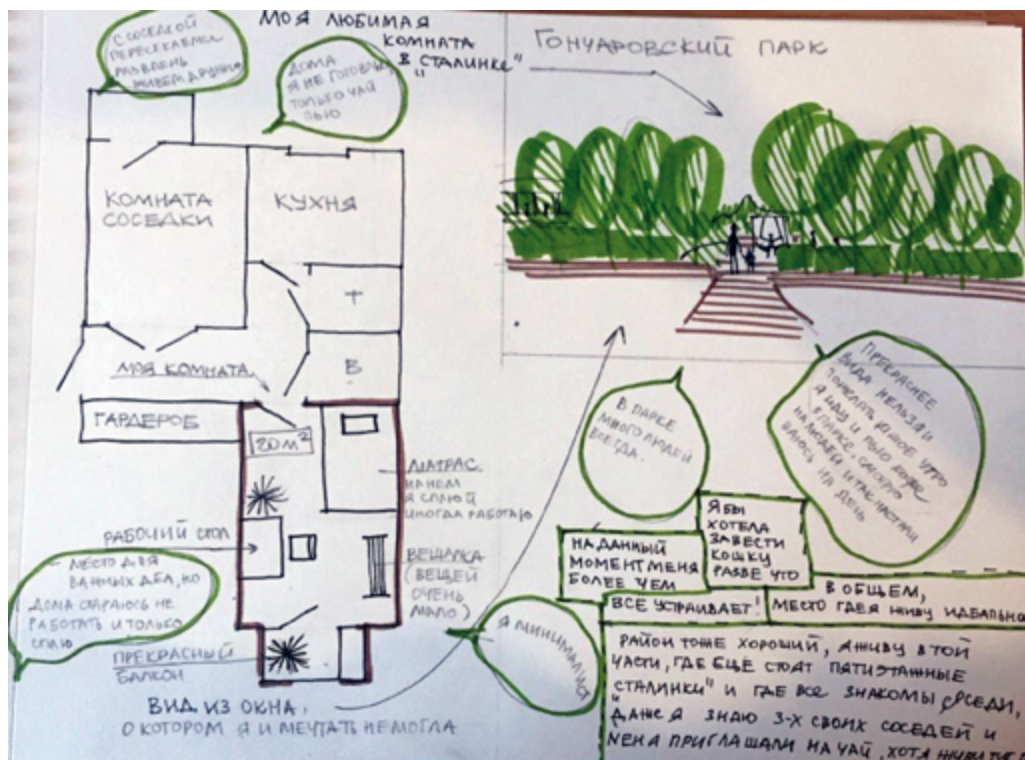


Рис. 2. Ментальная карта пространства дома: воспринимаемое пространство «жилища» выходит за рамки пространства квартиры. Автор: ж., 23, снимает жилье с друзьями

Заключение

В советское время внутригородские переезды были преимущественно опосредованы внешними обстоятельствами и решениями «сверху» (подселение, «дали квартиру»). В постсоветском контексте переезд — это событие, где индивид «вынужден» самостоятельно решать «квартирный» вопрос и, соответственно, относительно свободен в выборе жилья. Анализ количественных данных показал, что доминирующей причиной переезда современных москвичей является желание улучшить жилищные условия. Когда переезд не является вынужденным событием, именно образ жизни индивида/домохозяйства, этап жизненного цикла семьи определяют выбор жилой среды.

Перспективным исследовательским направлением является так называемая «квартирография»⁸, позволяющая описывать использование, восприятие и смыслы домашнего пространства для различных социальных групп. Подобный сюжет мы обнаруживаем в норвежском фильме «Кухонные байки» («Kitchen Stories», 2003 г.), где исследователи с помощью фиксации перемещений наблюдаемого (их интересовали мужчины-холостяки) пытаются выяснить особенности использования кухонного пространства. В итоге наблюдатель осознает исследовательскую ценность непосредственного общения с участником проекта, «понимания» его. В свою очередь, наш опыт

⁸ Термин довольно неустойчивый, и в данном контекст он представлен, скорее, как практика описания пространства дома/квартиры по аналогии с «этнографией» как практикой описания конкретных групп.



интервью о жилье и применение проективной методики «ментальная карта пространства дома» с молодежью 18–30 лет показал, что для них жилище сохраняет функцию традиционного «дома» (для сна, ухода за собой, хранения вещей и др.), одновременно с этим жилье для этой группы приобретает функции «рабочей зоны» и «публичной площадки».

Литература

Архив института социологии АН СССР // Единый архив экономических и социологических данных. URL: <http://sophist.hse.ru> (дата обращения: 08.07.2017).

Веселкова Н. В. Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования // Социология: методология, методы и математическое моделирование. 2010. № 31. С. 5–29.

Глазков К. Экскурсия по городу: ментальные карты как инструмент работы с городским опытом // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 5 (117). 2013. С. 136–151.

Нартова-Бочавер С. К. Дом как жизненная среда человека: психологическое исследование. М.: Памятники исторической мысли, 2016.

Полухина Е. В., Горяйнова А. Р. Жилищные траектории московских семей в XX веке как объект вторичного анализа биографических интервью // ИНТЕРАкция. ИНТЕРвью. ИНТЕРпретация. 2015. № 10. С. 47–59.

Полухина Е. В. Жилищная мобильность: направления социологического анализа // Журнал исследований социальной политики. 2017. [В печати].

Семенова В. В. Современные концепции и эмпирические подходы к понятию «поколение» в социологии // Отцы и дети: поколенческий анализ современной России / Под ред. Ю. А. Левады, Т. М. Шанина. М.: Новое Литературное обозрение, 2005. С. 80–107.

Социальная мобильность в России: поколенческий аспект: колл. монография / А. В. Ваньке и др.; отв. ред. В. В. Семенова, М. Ф. Черныш, А. В. Ваньке; Ин-т социологии РАН. М.: Ин-т социологии РАН, 2017.

Стрельникова А. В. Перемещения в пространственных координатах: больше, чем географическая мобильность // ИНТЕРАкция. ИНТЕРвью. ИНТЕРпретация. 2014. № 8. С. 30–36.

Coulter R., Ham M. Following People Through Time: An Analysis of Individual Residential Mobility Biographies // Housing Studies. 2013. № 28. P. 1037–1055.

Kleit R. G., Kang S., Scally C. P. Why Do Housing Mobility Programs Fail in Moving Households to Better Neighborhoods? // Housing Policy Debate. 2016. № 1 (26). P. 188–209.

Morgan D. Integrating Qualitative and Quantitative Methods: A Pragmatic Approach. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014.

Schachter J. Why people move: Exploring the March 2000 current population survey // US Department of Commerce. Economics and Statistics Administration. US Census Bureau. 2001. № 204. P. 23–204.

**Значения выраженности факторов в каждом кластере
(конечные центры кластеров)**

Фактор	Кластер					
	1	2	3	4	5	6
Изменение в семейном положении (развод, брак и т. д.)	1,74	2	1,6	1	2,25	5,31
Создание новой семьи	1,3	1	1,06	1,1	1,1	6,75
Рождение ребенка	2,17	1	1,33	1	1	1,31
Желание жить отдельно	2,26	5,4	1,69	1,48	6,75	5
Улучшение отношений с родственниками	1,52	3,4	1,31	1	3,2	1,78
Разногласия и конфликты с родственниками	1	1,6	1,23	1	3,8	1,84
Образование детей	2,52	1	1,25	1,86	1	1,22
Новая работа	2,09	6,8	1,54	2,29	2,4	1,34
Поиск работы	1,26	6,2	1	1,95	1,9	1,13
Потеря работы	1	1	1,17	1	1,3	1
Перевод по службе	1,52	1	1,46	1,48	1,15	1
Уход на пенсию	1	1	1	1	1	1
Градостроительная политика в предыдущем районе (строительство офисов/магистралей и т. д.)	3,09	1	1,04	1	1	1,03
Вынужденное выселение из квартиры	1,39	4,6	2	1,29	1,65	1,16
Финансовые трудности	1	3	1,63	1	1,45	1,31
Повышение цен на услуги ЖКХ, налога на недвижимость	1,09	3	1,17	1	1	1
Желание иметь лучше квартиру / жилищную площадь, чем предыдущее место жительства, или иметь новую квартиру	5,87	5	3,98	1,24	2,7	3,09
Ветхое прежнее жилье	1,3	1,4	1,56	1	1,1	1,25
Желание поменять район	5,43	3,2	1,62	1,14	1,7	1,22
Необходимость переехать в жилье дешевле	1	4,6	1,65	1	1,55	1
Транспортная доступность в новом районе лучше	4,91	5,8	1,46	1,19	1,7	1,88
Превосходство инфраструктуры нового района (социальные учреждения: поликлиники, школы и пр.)	5	4,4	1,35	1,33	1,1	1,56



Окончание прил. 1

Фактор	Кластер					
	1	2	3	4	5	6
Превосходство инфраструктуры нового района (возможности для отдыха в непосредственной близости, парки и пр.)	5,83	6,8	1,48	1,29	1,55	2,09
Превосходство инфраструктуры нового района (кинотеатры, кафе, парикмахерские, магазины)	5,35	6	1,15	1,29	1,35	1,81
Проблемы со здоровьем	1	2,2	1,1	1,1	1,4	1
Поступление/выпуск из университета	2,87	6,6	1,1	6,62	3,15	1,25
Расположение школы / детского сада в новом районе ближе к дому	2,17	3,8	1,33	1	1	1,56
Поступление/выпуск из школы	1,78	4,4	1,06	3,1	1,45	1,19
Ухудшение экологической ситуации в старом районе	2,26	2,2	1,04	1,24	1	1,06
Конфликты с соседями	1,48	4,6	1,27	1,24	1,05	1

Мария Балакирева, Александра Горяйнова, Елизавета Полунина. Переезды внутри Москвы...

**Распределение респондентов по кластерам:
основные социально-демографические характеристики
Средний возраст респондентов в каждом кластере**

	Кластерный номер наблюдения					
	1	2	3	4	5	6
Возраст	26,35	23,25	25,98	22,17	23,47	26,32

Процентное распределение респондентов в каждом кластере по полу

Пол	Кластерный номер наблюдения					
	1	2	3	4	5	6
Мужской	24	25	36	28	40	42
Женский	76	75	64	72	60	58

Процентное распределение респондентов в каждом кластере по семейному положению

Семейное положение	Кластерный номер наблюдения					
	1	2	3	4	5	6
Женат/замужем	30	0	18	0	11	50
Состою в гражданском браке	10	0	16	6	11	37
Разведен/разведена	5	0	2	0	0	3
Вдова/вдовец	0	0	0	0	0	0
Никогда не состоял(а) в браке	55	100	64	94	79	10

Процентное распределение респондентов в каждом кластере по факту наличия/отсутствия детей

Наличие детей	Кластерный номер наблюдения					
	1	2	3	4	5	6
Есть	29	0	16	0	10	26
Нет	71	100	84	100	90	74

Процентное распределение респондентов в каждом кластере по уровню образования

Уровень образования	Кластерный номер наблюдения					
	1	2	3	4	5	6
Начальное общее образование	0	0	0	0	0	0
Среднее общее	5	0	4	0	5	0
Среднее профессиональное	10	0	0	0	5	6
Незаконченное высшее	19	25	10	11	25	6



Уровень образования	Кластерный номер наблюдения					
	1	2	3	4	5	6
Высшее	67	75	84	89	60	87
Послевузовское образование (аспирантура)	0	0	2	0	5	0

**Процентное распределение респондентов в каждом кластере
по виду деятельности**

Вид деятельности	Кластерный номер наблюдения					
	1	2	3	4	5	6
Руководитель	15	0	2	0	0	13
Специалист высшего уровня квалификации	15	50	14	6	14	23
Специалист среднего уровня квалификации	30	25	34	22	21	35
Технический служащий, рядовой рабочий	0	0	5	0	0	3
Квалифицированный рабочий	0	0	5	0	7	10
Подсобный рабочий с начальной квалификацией	0	0	0	0	0	0
Студент	35	25	34	67	50	6
Не работаю	0	0	0	6	0	3
В поиске работы	5	0	7	0	7	6

**Процентное распределение респондентов в каждом кластере
по субъективной оценке уровня дохода домохозяйств**

Субъективный уровень доходов домохозяйства	Кластерный номер наблюдения					
	1	2	3	4	5	6
1*	0	0	4	0	0	0
2*	14	0	22	11	30	13
3*	24	75	27	33	40	35
4*	57	0	47	56	30	52
5*	5	25	0	0	0	0

Первые шаги

Восприятие видеоблогов и потребительское поведение (на примере бьюти-блогов)

Яна Багина*, Анастасия Кочервей**, Светлана Нарьян***

Данная работа посвящена изучению феномена видеоблогов в сети Интернет на примере бьюти-блогов. Бьюти-блог — это видеоблог (интерактивный интернет-дневник), посвященный тематике красоты, где автор выкладывает регулярные видеозаписи самого себя, выступая в роли рассказчика по тому или иному вопросу в рамках темы блога, а пользователи имеют возможность просматривать и комментировать эти видеозаписи. Фокус статьи нацелен на рассмотрение специфики влияния бьюти-блогов на потребительские практики пользователей. Опираясь на проведенные полуструктурированные интервью с пользовательницами бьюти-блогов, авторы анализируют смыслы, вкладываемые аудиторией в просмотр бьюти-блогов, описывают особенности следования советам, которые они получают из этого источника информации, причины просмотра бьюти-блогов, основания доверия бьюти-блогерам и их информации. С одной стороны, основаниями доверия в данном случае являются личные качества блогера, т. к. он или она воспринимаются не только как эксперты, разбирающиеся в вопросах красоты и ухода за собой, но и как друг или подруга. С другой стороны, основаниями доверия советам бьюти-блогеров выступают правдивость информации, профессионализм бьюти-блогера, а также мнение о нем ближайшего окружения пользовательницы. В результате пользовательские поведенческие паттерны определяются одновременно двумя видами доверия: личным и безличным (персонифицированным и институциональным). Были выявлены 4 типа покупок, совершаемых женщинами под влиянием советов бьюти-блогеров: импульсивные, по потребности; обдуманнные, по потребности; импульсивные, по рекомендации; обдуманнные, по рекомендации. Просмотр бьюти-блогов выступает одновременно причиной чрезмерной траты денежных средств в результате появления у их пользовательниц новых потребностей и способом сэкономить деньги, сделать наиболее рациональный выбор из множества похожих косметических продуктов.

Ключевые слова: бьюти-блоги, видеоблоги, YouTube, косметические товары, потребительское поведение, доверие, пользователи блогов, основания доверия бьюти-блогерам

Введение

Набирающую обороты популярность бьюти-блогеров, ведущих свои каналы на YouTube, можно назвать общемировым трендом. Так, к примеру, у британки Зои Сагг, одной из наиболее популярных бьюти-блогеров в мире, 11 093 921 подписчиков и 817 757 148 просмотров

* Багина Яна, студент департамента социологии НИУ ВШЭ. yana.bagina@yandex.ru.

** Кочервей Анастасия, студент департамента социологии НИУ ВШЭ. anastasiya.2295@yandex.ru.

*** Нарьян Светлана, студент департамента социологии НИУ ВШЭ. svknaryan@gmail.com.



на YouTube². Статистика российских бьюти-блогеров более скромная, но все же достаточно внушительная: блогер Maria Way — 3 146 460 подписчиков, Соня Есьман — 1 731 449, Елена Крыгина — 676 246 (все данные по состоянию на сентябрь 2016 г.)³.

Что представляет собой бьюти-блог? Бьюти-блогом на YouTube можно считать канал, посвященный преимущественно бьюти-тематике (тематике косметики, макияжа, причесок и ухода за внешностью), или часть канала широкой тематики, на котором на регулярной основе появляются такие видео. При этом коммуникация бьюти-блогера с пользователями блога может происходить не только через опубликованные видеоролики, но и через комментарии к ним, а также через публикации блогера в различных социальных сетях (например, «Инстаграм» или «ВКонтакте»).

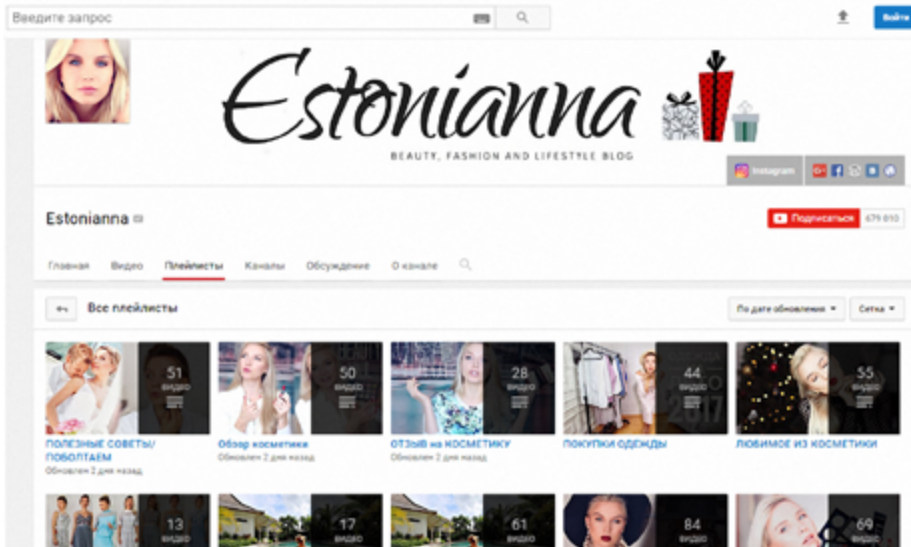


Рис. 1. Пример бьюти-блога

В качестве бьюти-блогера может выступать как квалифицированный специалист в той или иной области (стилист, визажист, косметолог и т. д.), так и любитель, обладающий определенными навыками и знаниями в бьюти-индустрии. Стоит отметить, что бьюти-блогинг является гендерно окрашенной практикой, т. к. в большинстве случаев, но не всегда, их авторами и аудиторией являются женщины.

Наиболее распространенными темами видеороликов бьюти-блогов можно считать обзоры косметической продукции с обсуждением их достоинств и недостатков, а также обучающие уроки по макияжу (тьюториалы) с пошаговыми инструкциями. Довольно часто такие видео предполагают демонстрацию конкретных косметических продуктов и озвучивание названия бренда. Следует отметить, что популярные блогеры получают от компаний-производителей продукцию для тестирования бесплатно или со скидками. В результате для наиболее популярных блогеров ведение бьюти-блога является и способом заработка посредством размещения рекламы, и способом конструирования образа различных товаров и услуг.

² Канал Зои Carr (Zoella) см. на YouTube: URL: <https://www.youtube.com/user/zoella280390> (дата обращения: 07.09.2016).

³ Рейтинг бьюти-каналов // TopVideoBlog.ru. URL: <http://topvideoblog.ru> (дата обращения: 07.09.2016).

Вопрос о возможности бьюти-блогеров влиять на функционирование рынка косметических товаров и услуг⁴ оказывается значимым в условиях повышенного внимания российских потребителей к своей внешности⁵ и том большом объеме информации, с которым они сталкиваются на данном рынке. Популярность бьюти-блогеров позволяет предположить, что для некоторой части потребительниц бьюти-блоги являются предпочтительным источником информации, ориентиром на рынке косметических товаров и услуг. Означает ли это то, что пользовательницы бьюти-блогов доверяют блогерам? Какой смысл они вкладывают в просмотр бьюти-блогов? В данной статье мы попытаемся ответить на эти вопросы.

В рамках нашей работы смыслы, которые пользовательницы вкладывают в просмотр бьюти-блогов, мы связываем с причинами просмотра бьюти-блогов, основаниями доверия бьюти-блогерам, а также с изменением потребительского поведения под влиянием советов бьюти-блогеров. Наше исследование основано на трех основных предположениях. Во-первых, причины, по которым женщины обращаются к бьюти-блогам, связаны с культурой ухода за собственной внешностью, и, соответственно, бьюти-блог является способом получения информации о том, с помощью каких способов и средств женщины могут реализовывать данную практику. Во-вторых, использование информации, полученной из бьюти-блогов, т. е. следование советам бьюти-блогеров, является проявлением доверия, которое подразумевает под собой ряд оснований. В-третьих, следование советам бьюти-блогеров, которое является проявлением доверия, находит отражение в потребительском поведении пользовательниц в виде покупки рекомендованных косметических товаров и услуг.

Используемые данные и методы

Нами было проведено 20 полуструктурированных интервью общей продолжительностью 17 часов с женщинами, которые являются пользовательницами бьюти-блогов. Первым критерием отбора информанток являлась частота просмотра бьюти-блогов как минимум раз в два месяца, что исключало пользовательниц, которые смотрят их крайне редко. Вторым критерием отбора был возраст. Были проведены по 9 интервью в возрастных группах 18–24 лет и 25–34 лет, т. к. именно в сфере видеointересов данных групп преобладает тема красоты, согласно исследованию аудитории YouTube⁶. Однако мы предполагали, что возрастная группа старше 34 лет также может быть заинтересована в просмотре бьюти-блогов, поэтому было проведено 2 интервью с пользовательницами в возрасте 35 и 37 лет.

При проведении полевого этапа исследования было использовано несколько точек входа для того, чтобы обеспечить разнообразие получаемой информации. Поиск информантов осуществлялся через личные знакомства членов исследовательской группы (на этапе пилотажа); с помощью публикации приглашения принять участие в исследовании в группах в социальной сети «ВКонтакте»: в группах, посвященных косметике и уходу за собой; в группах наиболее популярных бьюти-блогеров и группах, посвященных бьюти-блогам в целом; в сообществе женской взаимопомощи.

⁴ Как посты блогеров влияют на продажи // The Village. 2015. 16 июня. URL: <http://www.the-village.ru/village/business/management/216415-beauty-sells> (дата обращения: 07.09.2016).

⁵ Обзор GfK: Российский потребитель // GfK. 2016. 11 февраля. URL: <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/obzor-gfk-rossiiskii-potrebitel-2015> (дата обращения: 14.09.2016).

⁶ YouTube собрал аудиторию «в расцвете сил» // SOSTAV.RU. 2014. 21 ноября. URL: <http://www.sostav.ru/publication/youtube-sobral-auditoriyu-v-rastsvete-sil-13453.html> (дата обращения: 07.09.2016).



Бьюти-блоги в контексте культуры красоты

В рамках данного исследования для нас было важно понять, в чем специфика тех запросов женщин — потребительниц косметических товаров и услуг, которые удовлетворяют бьюти-блоги. Явление бьюти-блогинга укоренено в контексте общества потребления, в котором происходит процесс коммодификации красоты: телесные практики, связанные с созданием привлекательной внешности, оказываются неизменно связаны с покупкой косметических товаров и услуг. В данном контексте привлекательная внешность может рассматриваться как форма капитала, из которого извлекаются те или иные преимущества, что, по мнению Ж. Бодрийяра, возникает в рамках «новой этики отношения к телу», когда оно начинает восприниматься как нечто функциональное (Бодрийяр, 2006, с. 173). Ряд современных исследователей дают данной форме капитала более конкретное название — эстетический капитал, включающий в себя черты лица, макияж, одежду, телосложение и др. (Holla, Kuipers, 2015; Anderson et al., 2010).

Красота, таким образом, воспринимается не как свойство, данное природой, а как свойство, которое создается самой женщиной в процессе ухода за своей внешностью. Такое отношение к внешности существует, как считает Ж. Липовецкий, в рамках «созидательной культуры красоты», в которой стремление женщин к изменению своей внешности с помощью косметических товаров воплощает их стремление утвердить власть над собственным телом, т. е. «создать» его, подкорректировав природные данные (Липовецкий, 2003, с. 203–205). В условиях, когда красивая внешность «создается», особое значение приобретает возможность критического исследования и свободного обсуждения качеств косметических товаров, которое делает их потребление добровольным и осознанным (Липовецкий, 2003, с. 204), и можно предположить, что именно бьюти-блоги могут потенциально быть платформой для реализации этой практики.

В рамках драматургической концепции И. Гофмана использование косметических средств может быть рассмотрено с точки зрения публичной репрезентации (Гофман, 2000, с. 55). Такой подход представлен в работе Э. Синнота, который рассматривает макияж как один из инструментов создания «социального лица», используемого для исполнения тех или иных социальных ролей, управления впечатлением других людей о себе (Synnott, 1990, с. 62–63). В данных теоретических рамках бьюти-блоги могут быть источником экспертного знания о том, как создать свое «социальное лицо», и о тех товарах, с помощью которых этого можно достигнуть.

Доверие к видеоблогерам и отношение к их рекомендациям

Особое внимание в рамках данной работы мы уделяем доверию бьюти-блогеру и его советам, т. е. той информации, которую он транслирует в своем блоге. Под доверием понимается взаимоотношение с другими людьми, основанное на оценке их надежности, «отраженная честность других, как ее видит субъект, оказывающий доверие» (Штомпка, 2012, с. 166).

Опираясь на анализ литературы, можно сделать вывод о том, что формирование доверия к бьюти-блогеру основывается на следующих факторах.

1. Знание о компетенциях бьюти-блогера, т. е. «объективных элементах личности» (Simmel, 1964, с. 308), и наделение его маркером эксперта (Тоенниес, 1993). Г. Зиммель указывает на то, что знание о человеке как о личности заменяется знанием компетенций этого человека, т. е. объективных элементов личности. В бьюти-сфере основным подтверждением компетенции является внешний вид, который отражает способность ухаживать за собой, знания и умения выполнять различные техники макияжа, причесок и укладок, а также поддержание хорошей фигуры с помощью спорта и диет. Наивысшим

проявлением компетентности можно считать наличие профессии в сфере бьюти-индустрии. Ф. Тённис, рассуждая о доверии, описал один из маркеров доверия как «маркер эксперта», т. е. веру в обладание человеком знаниями и навыками профессионала.

2. Наличие общих неэкономических интересов (Зиммель, 1999). Одним из основных условий возникновения доверия при обмене⁷ является наличие общих неэкономических ценностей между двумя сторонами, именно это способствует возникновению и поддержанию доверия. В случае бьюти-блогинга такого рода ценностью является ценность привлекательной внешности.

3. Социальная привлекательность бьюти-блогера. Согласно концепции Тенниса, см. ниже «общественное мнение концентрирует социальное знание, дающее возможность оказывать доверие в условиях отсутствия опыта непосредственного взаимодействия» (Тоенниес, 1993; Simmel, 1964; Blau, 1964; Алексеева, 2004, с. 138). Социальная привлекательность блогера может конструироваться на основании отзывов о нем, опубликованных онлайн, комментариев к его видео, а также в процессе личной коммуникации женщин с другими пользовательницами.

4. Личные качества блогера (Blau, 1964; Штомпка, 2012). Наряду с социальной привлекательностью на формирование доверия влияет и «личная привлекательность», т. е. для возникновения и поддержания доверия блогер в восприятии пользовательниц должен обладать определенными личными качествами, которые они считают значимыми.

«Доверенные» блогеры выступают в роли экспертов и проводников, при этом в глазах пользовательниц оставаясь незаинтересованными лицами, — в отличие, например, от консультантов в магазинах и других институциональных представителей рынка косметики. К инструкциям, которые представлены в традиционных видах рекламы девушки и женщины относятся скептически и с недоверием, четко осознавая, что это реклама, «которой верить нельзя». Но появление бьюти-блогов с отзывами и рекомендациями реальных людей воспринимается иначе: пользователи склонны оценивать бьюти-блогера как частное лицо, «подругу», которая не заинтересована в том, чтобы продать товар. Впрочем, с развитием бьюти-блогинга блоги стали использоваться в качестве площадки для рекламы, способа продвижения товаров и услуг, что повлияло на восприятие рекомендаций блогеров самими пользовательницами.

Наличие рекламы, оплаченной компанией-производителем косметических товаров, в некоторых бьюти-блогах или отдельных видео является фактом, известным для всех опрошенных информанток. Блогер воспринимается как «подруга» и эксперт, которому доверяют, поэтому реклама воспринимается как «обман», «предательство», вызывает у пользовательниц обиду и неприязнь по отношению к блогеру: *«Просто фуу. Это было просто ужасно. Это было абсолютно очевидно, что все остальные продукты из-за этого ролика ей засадили (производители прислали и оплатили рекламу данных продуктов в блоге. — Прим. авт.). У меня было ощущение, что меня обманывают, это было неприятно» (22 года).*

Доверие к бьюти-блогерам возникает на основе двух основных предпосылок. Первая предпосылка — личная привлекательность блогера, которая является основанием для возникновения личного, персонифицированного доверия («приятный», «добрый», «располагает к себе», «не притворяется всезнающим»). Доверие в данном случае основано на личных качествах блогера, которые могут быть как конкретными — бьюти-блогер обладает приятным голосом, интересной манерой общения, приятной внешностью, — так и не совсем конкретными, слаборефлексируемыми, — «ну просто нравится», «что-то в нем заставляет доверять». Процесс трансляции блогером своего мнения, опыта, личной

⁷ В случае темы бьюти-блогов подразумевается обмен информацией со стороны блогера и внимание и просмотр его видео со стороны подписчика.



информации расценивается как искренность, честность и открытость. Другим основанием доверия является возможность идентифицировать себя с бьюти-блогером на основании тех или иных признаков: схожесть жизненных ситуаций, взглядов, внешности (тип кожи, тип фигуры и т. д.). Благодаря этому возникает «близость» между пользовательницей и блогером: у пользовательниц возникает уверенность в том, что советы бьюти-блогера будут полезными именно для них. Таким образом, несмотря на отсутствие личного знакомства пользовательниц с блогерами, явление бьюти-блогинга, создающее имитацию взаимодействия «лицом-к-лицу», способствует возникновению нового формата общения, который, в свою очередь, способствует возникновению личного доверия. Подобный эффект был замечен и другими исследователями, занимавшимися феноменом онлайн-сообществ, основанных на потребительской солидарности (Polukhina, Strelnikova, 2015).

Второй предпосылкой доверия бьюти-блогеру можно назвать полезность и информативность его советов, что соответствует доверию рекомендациям блогера как эксперта. В первую очередь основанием доверия здесь является опыт самой пользовательницы — проверка нескольких рекомендаций и формирование своего собственного мнения относительно правдивости советов бьюти-блогера. Основанием доверия также является опыт бьюти-блогера: возраст его канала, количество видео на канале, а также квалификация блогера как эксперта в своей области. При этом доверие основано не столько на наличии профильного образования у блогера или же наличии карьеры в бьюти-сфере, сколько на наглядном результате, который пользовательница может самостоятельно оценить. По этой причине особую роль при формировании доверия приобретает внешний вид бьюти-блогера, который воспринимается как отражение его знаний и навыков в вопросе ухода за внешностью и использования косметических средств, подтверждение его квалифицированности и профессиональности.

В вопросе социальной привлекательности как основания доверия следует разделить ее конструирование в интернет-пространстве другими пользовательницами в процессе межличностной коммуникации. Общественное мнение в интернет-пространстве (положительные комментарии под видео и отзывы о блогере) скорее не является для пользовательниц значимым основанием доверия блогеру: комментарии под видео просматриваются «ради интереса» или в случаях провокационных ситуаций, резких споров касательно бьюти-блогера. На доверие к блогеру способно оказывать влияние мнение значимых Других. Мы не можем сказать, что пользовательницы активно обсуждают увиденное в бьюти-блогах в своем окружении, однако они прислушиваются к мнению знакомых, подруг относительно какого-либо блогера.

Положительный опыт следования советам блогера, идентификация его в качестве эксперта и профессионала, а также мнение о блогере личного окружения пользовательницы — эти основания доверия позволяют нам говорить о безличном доверии бьюти-блогерам (Simmel, 1964; Штомпка, 2012), которое можно отнести к институциональному доверию бьюти-блогингу в целом.

Причины просмотра бьюти-блогов

Первая группа причин просмотра бьюти-блогов, которую мы выделяем, связана с потребностью в получении информации на бьюти-тематику из экспертного источника. Эта причина тесно связана с утверждением власти над собственным телом и заключается в стремлении женщин справиться с проблемами, связанными с собственной внешностью (Липовецкий, 2003). В рамках созидательной культуры красоты происходит наделение бьюти-блогов смыслом «руководства к действию», к которому обращаются при возникновении недовольства теми или иными чертами внешности, желании подкорректировать свои природные данные.

Стремление «создать» свою внешность связано с теми средствами, с помощью которых можно этого достичь, поэтому следующей причиной просмотра является потребность в отзывах о косметических товарах и услугах. В созидательной культуре красоты эта потребность свидетельствует о необходимости критического исследования и свободного обсуждения качеств косметических товаров, что, в свою очередь, предлагают бьюти-блоги. В условиях огромного разнообразия косметических товаров, постоянно появляющихся новинок, производимых индустрией красоты, бьюти-блоги одновременно выступают как агрегаторы информации о товарах и услугах и как ее фильтры: «*Самому изучать каждую баночку, читать состав, читать все аннотации, лазить в Интернет, смотреть отзывы — это все слишком затянется*» (25 лет). В просмотре бьюти-блогов, таким образом, проявляется стремление пользовательниц к информированному выбору товаров, производимых индустрией красоты, для снижения издержек, связанных с их покупкой. Соответственно, сами бьюти-блоги наделяются смыслом поискового инструмента.

Другая причина просмотра бьюти-блогов связана с потребностью в знаниях о практиках по уходу за собственной внешностью и ее изменению⁸. Бьюти-блоги наделяются смыслами видеуроков, самоучителей, а сами бьюти-блогеры статусом экспертов в вопросах косметики и макияжа. Макияж служит инструментом публичной репрезентации: он ассоциируется с нахождением в обществе других людей и управлением впечатлением, которое они производят на окружающих, а также управлением своим самоощущением (Synnott, 1990, с. 62–63): «*Это помогает мне чувствовать себя увереннее, чувствовать себя лучше, красивее, это помогает мне быть уверенной в том, что я нравлюсь себе, значит, я нравлюсь окружающим*» (18 лет). То, какое «социальное лицо» женщины создают с помощью макияжа, зависит, помимо прочих факторов, от того, какими навыками макияжа они обладают, поэтому бьюти-блоги выступают в качестве обучающих платформ для совершенствования своего исполнительского инструментария, который используется при участии в публичной жизни.

Вторая группа причин, которую мы выделяем, относится к формату бьюти-блога, т. е. той специфике способа подачи информации, которая характеризует видеоблог и бьюти-блог в частности. В первую очередь просмотр бьюти-блогов наделяется смыслом досуговой практики — практика просмотра бьюти-блогов включается в культуру ухода за внешностью не просто как информационный источник, но и как один из способов проведения досуга, характеризующих образ жизни женщин. Развлекательный характер связан, во-первых, с интересом к культуре ухода за внешностью, во-вторых, с интересом к личности бьюти-блогера, в-третьих, с видеоформатом, который обеспечивает привлекательную для пользователей визуальную составляющую блога и не предполагает большого количества усилий для восприятия информации. При этом характер просмотра варьируется от «исключительно развлекательного», который может восприниматься пользовательницами как трата времени, «постыдное удовольствие», до «исключительно образовательного» — в зависимости от цели каждого конкретного просмотра для каждой конкретной пользовательницы.

Персонифицированность информации, транслируемой через бьюти-блоги, создает имитацию взаимодействия «лицом-к-лицу» (Гофман, 2000, с. 55), которая является триггером для развития парасоциальных (односторонних) отношений пользователя с блогером (Horton, Wohl, 1956, с. 215). При существовании таких отношений блогер может оказывать влияние на эмоциональное состояние и поведение пользователя, формировать мнения и взгляды, быть примером для подражания, быть «подругой»: «*Такой*

⁸ Сюжет, связанный с макияжем, был наиболее полно раскрыт в интервью, поэтому мы остановимся только на нем.



формат — вроде ты с кем-то пообщался, с ума не сошел» (26 лет). Таким образом, в рамках той версии созидательной культуры красоты, которая поддерживается бьюти-блогерами, получение информации происходит в ходе имитации личного контакта с блогером-экспертом, который при высокой интенсивности парасоциальных отношений становится блогером-подругой.

Влияние бьюти-блогов на потребительское поведение пользовательниц

Под потребительским поведением подразумевается поведение, связанное с использованием полезных свойств того или иного блага, сопряженное с удовлетворением личных потребностей человека и расходом (уничтожением) стоимости данного блага (Радаев, 2005, с. 5–18). Мы предполагаем, что в потребительском поведении пользовательниц бьюти-блогов находит отражение следование советам бьюти-блогеров, которое является проявлением доверия.

В ходе анализа материалов интервью было выделено 4 типа покупок, совершаемых под влиянием советов бьюти-блогеров (см. схему 1). В основу этой классификации легли два критерия. Первый критерий связан с тем, что первично при совершении покупки, — потребность в товаре или рекомендация блогера. Второй критерий — импульсивность/обдуманность покупки.

Схема 1

Типы покупок, связанных с просмотром видео бьюти-блогеров

		Покупки «по потребности»:	Покупки «по рекомендации»:
Импульсивность	Импульсивные	<p>«по потребности», импульсивные</p> <ul style="list-style-type: none"> поиск информации для решения проблемы, удовлетворения запроса воспринимаются как «неэкономные» совет блогера — единственный ориентир в продуктах связаны с доверием конкретному блогеру 	<p>«по рекомендации», импульсивные</p> <ul style="list-style-type: none"> получение информации на бьюти-тематику, информации о косметических новинках воспринимаются как очень затратные совет блогера вызывает желание купить товар связаны с доверием конкретному блогеру
	Обдуманные	<p>«по потребности», обдуманные</p> <ul style="list-style-type: none"> поиск отзывов о товаре воспринимаются как «экономные» совет блогера — только один из ориентиров рассматриваются советы нескольких блогеров доверие конкретному блогеру необязательно 	<p>«по рекомендации», обдуманные</p> <ul style="list-style-type: none"> получение информации о новых продуктах воспринимаются как «экономные» совет блогера вызывает интерес к товару, после изучения появляется желание купить доверие конкретному блогеру необязательно

В ситуации, когда потребитель изначально не планировал покупать тот или иной товар или даже не знал о его существовании, но под влиянием совета бьюти-блогера купил его, мы говорим о его покупке как покупке «по рекомендации»: «Если бы мне бьюти-блогер не рассказал, что это такое, я бы даже не думала об этом» (23 года). Интерес к товару обычно бывает вызван советом бьюти-блогера, либо нескольких блогеров, ажиотажем

вокруг «культовых» продуктов. При этом покупка не была бы совершена, если бы не рекомендация блогера. Выделенные характеристики соотносятся и с уже существующими исследованиями, посвященными влиянию бьюти-блогеров на аудиторию. Например, Г. Андролаки-Ралли отмечает, что многие создатели контента на YouTube снимают видео со своими последними покупками, цель которых — показать существующие тренды и стимулировать таким образом у пользовательниц желание покупать (Androulaki-Ralli, 2015).

«Сухой шампунь и хайлайтер! (смеется) Мне кажется, я бы сама ни за что их не купила, я бы подошла к продавцу, посмотрела бы на сухой шампунь, ха-ха, и вышла бы из магазина» (23 года).

«Ну, допустим, вот конкретно в моем случае, я увидела у нее помаду и очень захотела. Вот, не жить не быть, я захотела эту помаду» (19 лет).

Что касается покупки, в которой первична потребность в том или ином товаре, то она подразумевает осознание некоторой потребности и, в ряде случаев, принятие решения о необходимости покупки до просмотра видеороликов бьюти-блогеров. Представление о товаре оказывается в той или иной степени сформировано. Данная практика может сочетаться с практиками получения информации о личном опыте применения косметических средств из других источников — рекомендательных сервисов (например, iRecommend). Исследования показывают крайнюю значимость онлайн-отзывов и влияние их чтения на потребительское поведение (Dellarocas et al., 2007). Онлайн-отзывы воспринимаются потребителями как «честное» мнение о продукте и становятся важным фактором при принятии решения. Кроме того, важно количество различных отзывов о продукте, а также соотношение положительных и отрицательных мнений. Таким образом, если покупка какого-либо косметического средства или другого бьюти-товара происходит после изучения отзывов и других рекомендаций, включая рекомендации бьюти-блогеров, то покупатель приходит в магазин «подготовленным». Например: *«Я свой выбор в магазине делаю на основе знаний, полученных из видеоблогов... я могу в магазин прийти, [там] теперь не просто набор каких-то неизвестных продуктов...» (20 лет).*

Остановимся подробнее на втором критерии классификации — импульсивности. «Импульсивные покупки — это покупки, сделанные в результате неожиданного желания купить что-то без предварительного плана, а также обдумывания того, соотносится ли покупка с долгосрочными планами покупателя, его идеями, решениями и планами» (Baumeister, 2002). Исследования потребления товаров для красоты показывают, что импульсивные покупки косметики являются достаточно частым явлением (Liao et al., 2009), при этом люди, уже вовлеченные в мир моды и красоты, чаще совершают импульсивные покупки таких товаров (Park et al., 2006).

В исследованиях, посвященным импульсивным покупкам, отмечается также, что такие покупки могут быть негативно, нейтрально или даже позитивно санкционированы в зависимости от типа и ситуации (Rook, Fisher, 1995): чем больше импульсивные покупки ориентированы на удовлетворение чужих, а не своих потребностей, тем более позитивно они будут санкционированы. Очевидно, что импульсивная покупка различных товаров для красоты для себя не одобряется. Такие покупки происходят не по совету конвенционально признанного профессионала, а по совету бьюти-блогера, который наделяется маркером эксперта самими пользовательницами. Это может быть одной из причин, по которой информанты интернализировали негативное отношение к практикам таких покупок (Rook, Fisher, 1995). Можно сделать предположение, что важным является финансовый фактор, т. е. для некоторых из наших информанток такие импульсивные покупки являются «непозволительной роскошью», т. е. не соответствуют их финансовым возможностям.



Тип покупок «обдуманная, по потребности» воспринимается информантками как не просто наиболее желательный, но и как наиболее «бережливый» и позволяющий больше экономить и тратить меньше денежных средств на косметические товары: «... я делаю такой конкретный *research*, особенно для дорогостоящих продуктов» (20 лет). Обратим внимание на то, что покупки «по рекомендации», желание совершить которые появилось после просмотра роликов бьюти-блогеров на YouTube, также могут быть обдуманными, как, например, в ситуации, когда пользовательница узнает о принципиально новом продукте или способе упаковки, а затем уже обдумывает решение о покупке: «*Всякие вещи, касающиеся новинок... вышел какой-то новый тональный крем, и это принципиально новая форма, такого раньше не было*» (26 лет).

В некоторых интервью прослеживается сюжет сожаления о поведении, связанном со всеми типами покупок, кроме «обдуманная, по потребности». Негативное отношение к покупкам, которые захотелось совершить именно после просмотра видео бьюти-блогера, может проиллюстрировать следующий отрывок из интервью, в котором информантка рассуждает о своем отношении к просмотру бьюти-блогов: «... *начинаешь зацикливаться на этом слишком... Начинаешь чаще ходить в магазин косметики. Понимаешь, что тебе уже всего хватает... просто вот... что-то хочется*» (18 лет). Опрошенные нами пользовательницы бьюти-блогов положительно относятся к практикам самоконтроля и планирования, в то время как практики импульсивных покупок воспринимаются негативно.

Анализируя денежный аспект связи просмотра бьюти-блогов и потребительского поведения, можно выделить некоторую двойственность: с одной стороны, просмотр бьюти-блогов часто может приводить к денежным затратам, воспринимаемым информантками как неразумные; с другой стороны, одним из положительных эффектов просмотра становится возможность сэкономить. Что интересно, мы можем наблюдать некоторое несоответствие: в одних и тех же интервью может сочетаться сожаление о собственных покупках, совершенных под влиянием бьюти-блогов на YouTube, и восприятие данных советов как способа сэкономить.

Заключение

Проанализировав причины просмотра бьюти-блогов, мы можем сделать вывод о том, что он представляет собой, во-первых, досуговую практику, во-вторых, своеобразную обучающую платформу для совершенствования внешности (в формате видеоуроков), в-третьих, поисковый инструмент для изучения опыта использования косметических товаров и, в-четвертых, заключает в себе возможность возникновения парасоциальных отношений. При этом для каждой пользовательницы может существовать своя конфигурация таких смыслов, дополненная другими смыслами, которые в рамках данного исследования не были обнаружены.

Пользовательские поведенческие паттерны определяются одновременно двумя противоположными видами доверия — личным (персонифицированным) и безличным (институциональным), в связи с чем наблюдается сосуществование различных оснований доверия. Основаниями персонифицированного доверия бьюти-блогеру являются его личные качества и характеристики, т. к. он воспринимается не как безликий источник информации, но как индивидуальность, человек, имеющий определенный характер, манеру поведения, опыт. Основаниями безличного доверия, доверия советам и рекомендациям бьюти-блогера, служат правдивость информации, профессиональность бьюти-блогера, мнение о нем ближнего окружения пользовательницы.

Потребительское поведение пользовательниц бьюти-блогов претерпевает изменения под влиянием доверия советам бьюти-блогеров. Были выявлены 4 типа покупок,

совершаемых пользовательницами в зависимости от импульсивности/обдуманности покупки и первичности потребности женщины / рекомендации бьюти-блогера. Следование советам бьюти-блогеров подразумевает сосуществование зачастую противоположных смыслов: просмотр бьюти-блогов может выступать, с одной стороны, причиной чрезмерной траты денежных средств в результате появления новых потребностей, а с другой стороны — способом сэкономить, источником информации, помогающим сделать наиболее рациональный выбор из множества похожих продуктов.

Данное исследование носило разведывательный характер, поэтому не претендует на полноту объяснения рассматриваемого феномена. Тем не менее оно может служить источником гипотез для последующих количественных исследований. Перспективным вопросом для дальнейшего исследования мы считаем вопрос о том, какие из оснований доверия бьюти-блогерам оказывают количественно большее, а какие меньшее влияние на общий уровень доверия бьюти-блогерам и на решение совершить покупку под влиянием советов бьюти-блогеров.

Литература

Алексеева А. Ю. Концептуальные основы исследования феномена доверия: обзор основных подходов // Вестник НГУ. 2004. № 1 (4). С. 136–148.

Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Республика; Культурная революция, 2006.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: КАНОН-ПРЕСС-Ц; Кучково поле, 2000.

Зиммель Г. Философия денег (фрагмент) // Теория общества / Под ред. А. Филиппова. М.: КАНОН-ПРЕСС-Ц, 1999. С. 309–383.

Как посты блогеров влияют на продажи // The Village. 2015. 16 июня. URL: <http://www.the-village.ru/village/business/management/216415-beauty-sells> (дата обращения: 07.09.2016).

Липовецкий Ж. Третья женщина. Незыблемость и потрясение основ женственности. Спб.: Алетейя, 2003.

Обзор GfK: Российский потребитель // GfK. 2016. 11 февраля. URL: <http://www.gfk.com/ru/insanity/press-release/obzor-gfk-rossiiskii-potrebitel-2015> (дата обращения: 14.09.2016)

Радаев В. В. Социология потребления: основные подходы // Социологические исследования. 2005. № 1. С. 5–18.

Штомпка П. Доверие — основа общества. М.: Логос, 2012.

Anderson T., Grunert C., Katz, A., Lovascio S. Aesthetic capital: A research review on beauty perks and penalties // Sociology Compass. 2010. № 8 (4). P. 564–575.

Androulaki-Ralli G. The Leading Role of Influencers in the YouTube Beauty Community. Thesis Project. 13.05.2015. URL: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:816476/FULLTEXT01.pdf> (дата обращения: 18.07.2017).

Baumeister R. F. Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior // Journal of Consumer Research. 2002. № 4 (28). P. 670–676.

Blau P. M. Exchange and power in social life. New York: Wiley, 1964.

Dellarocas C., Zhang X., Awad N. Exploring the value of online product reviews in forecasting sales: The case of motion pictures // Journal of Interactive marketing. 2007. № 4 (21). P. 23–45.

Holla S., Kuipers G. Aesthetic capital // International handbook for the sociology of art and culture. London: Routledge, 2015. P. 290–304.

Horton D., Wohl R. Mass communication and parasocial interaction: Observation on intimacy at a distance // Psychiatry. 1956. № 3 (19). P. 215–229.

Liao S. L., Shen Y. C., Chu C. H. The effects of sales promotion strategy, product appeal and consumer traits on reminder impulse buying behaviour // International Journal of Consumer Studies. 2009. № 3 (33). P. 274–284.



Park E., Kim E., Forney J. A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior // Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal. 2006. № 4 (10). P. 433–446.

Polukhina E., Strelnikova A. Exploring the Russian Online Gift-Exchange Communities: The Results of Nethnographic Approach // The Qualitative Report. 2015. № 12 (20). P. 2041–2049.

Rook D., Fisher R. Normative influences on impulsive buying behavior // Journal of consumer research. 1995. № 3 (22). P. 305–313.

Simmel G. The secret society / Simmel G. The sociology of Georg Simmel. London: Collier Macmillan Publishers; The Free Press, 1964.

Synnott A. Truth and goodness, mirrors and masks. Part II: a sociology of beauty and the face // British Journal of Sociology. 1990. № 1 (41). P. 55–76.

Toennies F. Community and society. New Brunswick: Transaction publishers, 1993.

Рецензии

Азбука визуализации данных¹

Анастасия Говорова*



Виллард Бринтон. Графическое изображение фактов / Пер. с англ. С. Займовского. М.: Общероссийский общественный фонд «Общественное мнение», 2017. — 348 с. ISBN 978-5-4465-1421-2.

Работа В. Бринтона «Графическое изображение фактов», впервые изданная на английском языке в 1914 г., а на русском — в 1927 г., в свое время стала открытием, ведь она считается первой книгой о визуализации данных. Современному читателю на первый взгляд она может показаться устаревшей, поскольку в век технологий процесс графического представления данных до известной степени автоматизирован, что делает многие рекомендации автора, используемые им методы и средства (наиболее подробно описанные в главах 12 и 16) уже не актуальными. В то же время В. Бринтон смог разработать общие правила работы с инфографикой, которые были весьма полезными при создании и чтении различных диаграмм, графиков, чертежей и т. д. для его современников и остаются значимыми и по сей день.

По словам автора, данная книга предназначена для всех, кто имеет дело с созданием чертежей для докладов, отчетов, иллюстраций в прессе или рекламных целей. Таким образом, она может послужить руководством для управленцев (этому посвящены главы 13 и 14), работников СМИ, сферы бизнеса и маркетинга, а также — для работников сфер науки и образования, в т. ч. социологов. Отметим, что потенциал изложенных автором идей может быть востребован и в любой другой сфере, связанной с работой с большими массивами данных.

¹ Статья написана в рамках проекта РНФ «Межпоколенная социальная мобильность от XX века к XXI: четыре поколения российской истории» (грант № 14-28-00217-П).

* Говорова Анастасия, студент 2 курса социологического факультета ГАУГН.



Правильное представление информации с помощью графического изображения данных зачастую является не менее важным, чем этапы сбора, обработки и анализа данных, поскольку полученные факты должны быть преподнесены в понятной форме. Различные диаграммы, графики и схемы позволяют описывать сложные системы и процессы, организационные связи, социальные структуры. Также полученные данные зачастую должны производить определенный эффект на коллег, работодателя или заказчика для убеждения их в правильности выработанных рекомендаций и принимаемых решений, а также необходимости предлагаемых мероприятий, что позволяют обеспечить графические методы. Более того, они позволяют экономить время, затрачиваемое на ознакомление с полученными данными, поскольку представляют информацию в наглядном виде, помогают достоверно показывать, сравнивать и сопоставлять факты, а также дают возможность читателю самостоятельно делать выводы из них, в то время как словесное выражение заставляет его принимать уже готовые выводы.

Книга состоит из 17 глав, а также — вопросника для проверки графических изображений и обобщенного списка правил для графического представления данных. Содержание книги, основную часть ее материала возможно усвоить без полного ее прочтения, ознакомившись лишь с иллюстрациями и их заголовками и подзаголовками, поскольку титулы являются точным обозначением чертежа, а подзаголовки касаются метода его построения и подробно разбирают его, что отмечает и сам автор. Значительную часть работы представляет анализ и критика графических изображений данных, взятых из материалов прессы, отчетов предприятий и организаций, учебников и т. д., подробный разбор их достоинств и недостатков, а также способы их исправления. В основном автор фокусирует внимание на методах, по которым чертятся диаграммы, используемые для различных целей в различных сферах.

В. Бринтон рассматривает несколько способов графического представления данных, в которых важным элементом является использование различных цветов или видов штриховки для обозначения различных сторон предмета. Для этого, например, могут использоваться организационные схемы, подобные генеалогическим деревьям (глава 1), художественные диаграммы (глава 2) или карты (глава 11). Но более подробно рассмотрению автор подвергает графические изображения с использованием горизонтальных полос (наиболее подробно описаны в главах 1–4), кругов (там же) и кривых (главы 5–10).

Наилучшим способом обозначения составных частей целого автор считает горизонтальные полосы, которые позволяют также делать быстрые сравнения.

По сравнению с методом горизонтальных полос методы, связанные с кругами, являются менее удобными и желательными. Секторные диаграммы не позволяют удобно располагать названия составных частей, а также цифры, необходимые для складывания или сравнения. Особое внимание автор уделяет диаграммам, предполагающим сравнение кругов различной величины, что является нежелательным, поскольку круги могут быть построены либо на базе диаметра, что может дать преувеличенные отношения, либо на базе площади, что может произвести обратный эффект.

Наиболее тонкому объяснению среди всех возможных способов представления количественной информации подвергаются кривые, без навыков чтения и построения которых невозможно понимание графического изображения фактов. В. Бринтон выделяет несколько типов кривых, каждый из которых обладает своими особенностями. Во-первых, существуют кривые, где точками представлены некоторые величины в единицу времени. Во-вторых, кривые, в которых вычерчиваются данные, относящиеся ко всей сумме величин (кривая наращивания). В-третьих, кривые, основанные на повторении признака при большом количестве наблюдений (кривая частоты).

При построении и проверке чертежей перед специалистом стоит ряд вопросов, на которые необходимо ответить для убеждения в том, что изображение удовлетворяет

необходимым требованиям. Существуют также правила графических изображений, которым человек, создающий схему, график или диаграмму, должен следовать.

1. Необходимо избегать при изображении количеств использования площадей или объемов, поскольку наиболее понятными являются изображения в одном измерении.

2. Расположение обозначений на чертеже должно позволять отсчитывать их от основания или правого угла карты.

3. Необходимо идти слева направо в общем расположении чертежей. Горизонтальная шкала для кривых должна читаться слева направо, а вертикальная — снизу вверх. Самая ранняя дата на чертежах должна располагаться наверху (если речь идет о строках) или слева (если речь идет о столбцах).

4. Цифры для горизонтальной шкалы, хоть и могут быть при необходимости помещены наверху, желательно помещать внизу чертежа. В первую очередь, внизу чертежа принято показывать даты. Что касается вертикальной шкалы, то цифры для нее надлежит помещать слева (справа также возможно, но не желательно).

5. Приветствуется включение в диаграмму числовых данных; в случае, когда это невозможно, необходимо приводить их в таблице, сопровождающей чертеж.

6. Зеленым цветом на чертеже обозначаются желаемые или рекомендуемые черты, а красным — нежелательные или осуждаемые.

7. Независимая переменная должна показываться на горизонтальной шкале.

8. Для кривых вертикальная шкала должна выбираться так, чтобы нулевая линия была видна на чертеже (внизу или посередине, если присутствуют отрицательные значения), выделять ее необходимо толще средних координатных линий. В случае если нулевая линия не может быть показана, нижняя линия обозначается волнистой.

9. При обозначении на чертеже процентных величин линия, обозначающая 100%, должна быть одинаковой толщины с нулевой линией. При начале горизонтальной шкалы у нуля вертикальная линия у нуля обозначается широкой линией. Если горизонтальная шкала обозначает время, линии по краям справа и слева не должны быть толстыми (так как невозможно отобразить начало и конец времени).

10. Необходимо проводить столько координатных линий, сколько необходимо для данных. Координатные линии должны обозначаться менее толсто по сравнению с кривыми, поскольку фон не должен проступать слишком ярко. По возможности необходимо давать вертикальные координатные линии для всех точек кривой для возможности показа частоты наблюдений данных.

11. При отображении на чертеже слишком большого числа кривых желательно показать цифры, представляющие значения точек на кривой. По возможности необходимо складывать эти цифры для показания итогов (например, годовых), которые могут помочь при чтении чертежа.

12. Заголовок чертежа должен быть максимально полным и понятным для исключения возможности его неправильного понимания. Чертеж и заголовок должны быть отделены от контекста, но в то же время давать все необходимые сведения. Чертеж и заголовок должны рассматриваться как единое целое.

13. Все условные символы или сигналы, применяемые в графических работах, должны отличаться как можно большей ясностью и понятностью.

14. Символические знаки могут использоваться для привлечения внимания, однако изображение самих данных следует производить по данным правилам.

Таким образом, в своей книге В. Бринтон описал методы и правила графического изображения фактов, которые могут оказать содействие как при построении чертежей, так и при их чтении, что является необходимым умением в век информации, когда визуализация данных становится все более важной. Подводя итог, стоит отметить, что автор приветствует не только использование графического материала, но и его чередование с текстовым материалом, излагающим выводы, вытекающие из рассмотрения чертежей.

Abstracts and key words

The Interpretation of pictures and the Documentary Method

Ralf Bohnsack

The considerable progress in qualitative methods is directly connected with developments in the field of text-interpretation. On the basis of a thorough reconstruction of their formal structures texts are treated as autonomous domains of self-referential systems. Such a methodological status has been denied to pictures in empirical research in the field of social sciences up until now. The Documentary Method, based on Karl Mannheim's Sociology of Knowledge, opens up methodical access to pictures. Methodologies from art history (Panofsky, Imdahl) can thus become relevant for empirical research in social sciences. Connections to semiotics (Barthes, Eco) and philosophy (Foucault) are worked out in their consequences for qualitative methods. Thus verbal contextual and pre-knowledge can be controlled methodically in the documentary interpretation of pictures. The reconstruction of formal structure of pictures becomes of central importance in analysis. All of this will be demonstrated by examples from research practice.

Key words: Documentary Method, interpretation of pictures, iconology, sociology of knowledge, art history, semiotics, formal structure of pictures, comparative analysis

Where does the trolley go? Sociological resource of the one photograph

Natalia Veselkova

Considering of «what do pictures want» (Mitchell) within the strong program of visual analysis is presented as one of the entry points to the visual study, along with the other possible ones such as the author's figure, history of creation and functioning of the object. Well known Robert Frank's image «Trolley — New Orleans, 1955» was chosen by Elena Meshcherkina (Rozhdestvenskaya) for the rubric of «Visual Sociology» in the first issue of a new journal on the Social Science, titled «INTER». Fifteen years ago, the same photograph is used again in this article to discuss particularities of, conditionally, the «American» and «Russian» views, where the understanding of segregation is common, and the perception of dynamics and emotions is different. The energy of the picture and the entire photobook of which it is a part, «The Americans», still feeds on the tension of comprehensible and incomprehensible, American and non-American. The themes of alienation and hipsterism embodied by the photographer receive a new sound today, as well as the practice of artistic reading (J. Cook, J. Day, M. Henner) of such a «hypercanonized» in terms of W. J. T. Mitchell text as the work under analysis has become.

Key words: visual analysis, Robert Frank, photobook «The Americans», alienation, hipsters, appropriation

Epistemological premisses of converting video of social events into the narrative

Svetlana Bankovskaya

How to construct the narratives of the video-files? Can we identify some general requirements for various narratives about the same structure of the video? These questions are both inevitable for the theory-oriented research based on video-methodology, and still open for reflexive consideration. In general, the use of video as a data serves as the check-up and verification of our limited intuitions and memories; they make available for the observer the wider range of materials as the data, as well as provide some assurance that the analytical considerations and «findings» do not arise as artifacts of intuitive idiosyncrasy, selective attention or memory, or as a result of field experiment. The need for penetration into the text requires from sociologists to focus not only on the linguistic problems. To be indexical in operating the data of their research sociologists are expected to get open not only to the directly related subjects but also to keep in practice «the absolute adequacy method» and «indifference» to the interdisciplinary barriers.

Key words: epistemology, video analysis, narrative, methodology.

Analysis of photography S. Maximishin: combining documentary and gestalt approaches

Elena Rozhdestvenskaya

The author analyzes the photo of S. Maksimishin «Ferry through the Irtysh. Tobol'sk. June 2005», applying the documentary methods of K. Mannheim-R. Bonsack, and also using the ideas of Gestalt analysis, summarized by R. Arnheim. This approach makes it necessary to clarify the differences between the understanding that starts intuitively and spontaneously, and the interpretation, as a result, built on the basis of a documentary inventory of visual data. In the proposed interpretation, a series of Gestalt is found, the totality of which reflects a visual gesture that colonizes the depicted character

Key words: S. Maksimishin, the documentary methods of K. Mannheim and R. Bonsack, Gestalt analysis, interpretation.

Field research of an industrial neighbourhood: the strategies of visual data collection and analysis

Anna Strelnikova, Alexandrina Vanke

The article considers the strategies of visual data collection and analysis in the field research focused on the examination of an industrial neighbourhood. Sociologists frequently use visual data in their studies, however, they rarely realize methodic reflection regarding the procedures of visual data collection and analysis. This article fills this gap and contributes to the reflection on methods of collection and analysis of visual information. The authors make a special emphasis on the methods of participant observation, biographical stroll and mental mapping. Building on the empirical data the article demonstrates the procedures of multifaceted qualitative analysis that allows moving from redundant description towards analytical comparison and



classifications (e.g. comparison between visual and textual data, generation of multidimensional maps, ranking of the examined objects). Authors suggest using complementary strategies in the analysis of observations, biographical strolls and mental maps manifested in frequencies calculation of the elements of the city image; building classifications of photographs, maps and schemes; combination of visual and textual interpretations of maps constructed by the researcher, as well as by the informant, in situational contexts. The authors show the potential and restrictions of each of the abovementioned methods on the example of the field research of an industrial neighbourhood. They conclude that the methodical triangulation allows enriching interpretations and enhancing the quality of the outcomes.

Key words: visual data, field research, methods of data collection and analysis, biographical stroll, participant observation, mental maps, industrial neighbourhood, spatial practices

Researcher with a camera in the space of media publicity: fieldwork experience

Dmitry Omelchenko, Svyatoslav Polyakov

The article analyzes the features of teamwork in the field featuring sociologist with his classical tools of sociological science approach (observation, interviewing) and a director with a camera. Having as an example an ethnographic expedition to the capital of the Republic of Dagestan (Makhachkala, 2016, August-September, studying street workout scene), the possibilities of two-stage field study were demonstrated: on the first — a three-week field observation by a sociologist, on the second — filming a documentary film about youth scenes of Makhachkala.

The subject of our discussion is a methodological reflection on the experience of working together from the perspective of two research approaches: a sociologist using the method of participant observation, and a director who films informants' daily practices. Both views are presented through the key arguments about the advantages and disadvantages of teamwork.

The format of a documentary film project, implemented in the course of field work, has its common specifics. Currently, a number of authors (Becker, 1976; Collier, Collier, 1987; Harper, 1998), including Russian authors (Zaporozhets, 2012; Pechurina, 2007) pay particular attention to the sociological analysis of photographic materials. Admittedly, sociological cinema has long been in the «shadow» of the main genre of visual sociology that is photography. A vast body of work on visual sociology is devoted mainly to the sociological analysis of photographs and other accomplished multimedia works.

However, recently the question of the importance of working with the cinema or video camera (in different formats) in the sociological field is increasingly being discussed (Brown et al., 2008; Mondada, 2006; Knoblauch et al., 2006). As for the motion pictures, the anthropological cinema with its specific ethnographic description of visual representations (Worth, Adair, 1972; Pink, 2006; *Visual Anthropology ...*, 2007) is in the focus of attention of scientists. However, for all the similarity of approaches, there are significant differences between the sociological documentary scientific project and the anthropological one.

As for sociological cinema, it can be said that the debate about it is structured by two polar points of view. For some visual researchers, this is a fundamentally new and self-sufficient method of collecting, analyzing and representing sociological material, or even a language for describing social reality (Gottdiener, 1979; Ruby, 1980; MacDougall, 1997; Knoblauch et al., 2006). Others see the documentary film as an additional tool that does not substitute, but complements traditional methods and techniques for collecting, analyzing and representing data

(Haider, 2001), or reduce its capabilities to the representation (imaging) of the study results, thus denying the heuristic value of data collected using video camera. Thus, according to Emmison and Smith, «only those visible essences of the social world that are accessible to the unaided eye ... are data for research» (Emmison, Smith, 2012, p. 145). The one pole of sociological reflection about cinema can be conceptualized as the position of a sociologist-filmmaker, and the second as the point of view of a sociologist-field worker who works with the classical tools of qualitative sociology.

The article is intended to reflect the main key points of dual reflection on this interaction: first, through the eyes of a sociologist-filmmaker and then through the eyes of a sociologist-researcher.

Key words: field research, social ethnography, sociological cinema, participant observation, sociologist-filmmaker, sociologist-researcher

Intraurban movings in Moscow: how the type of household and lifestyle determine a place of residence

Maria Balakireva, Alexandra Goriainova, Elizaveta Polukhina

This paper is based on 3 sequential stages of empirical research (qual->quant->qual), devoted to the analysis of intraurban moving of Moscow residents. At the first stage (qual), the analysis of housing trajectories of the XX century in Moscow was carried out on the materials of biographical interviews. As a result, a typology of intraurban movings of the Moscow residents was developed. It was shown that during Soviet times moving were predominantly mediated by external circumstances and decisions «from the top» (squeezing of flats, «gave an apartment»).

The typology of moving is the basis for the second stage of data collection — a questionnaire for the online survey with 153 respondents (quant). Based on the cluster analysis, we shown that modern movings are connected to the desire to improve housing conditions, to find a living place corresponding to his family type and a way of life.

At the third stage, 16 informants of 18–30 years were selected out of 153 online respondents. Semi-formalized biographical interviews (qual) were conducted with them, detailing the topic of moving and the meanings of current housing. The data has shown that for young people, the dwelling retains the function of the traditional «home» (for such practices as sleep, storage of things, etc.), while simultaneously acquiring the significance of the «work area» (computer work, creativity) as well as «public site», where young people practice collective actions.

Key words: intraurban movings, housing mobility, housing trajectories, Moscow, mental map of the home space, youth

Perception of video-blogging and consumer behaviour (case of beauty channels)

Yana Bagina, Anastasia Kochervey, Svetlana Naryan

The work is dedicated to exploring a growing phenomenon of YouTube beauty channels focusing on meanings of watching video blogs and following their advice. Drawing on semi-structured interviews with women who watch YouTube beauty channels, this article examines



practical reasons of watching YouTube beauty channels, trust bases and influence on consumer behavior of viewers. As a result of analysis of reasons for watching YouTube beauty channels, two groups of reasons were defined: the reasons concerning gathering information and the reasons concerning a format of a beauty channel. Trust bases for a blogger as a person include personal qualities, because a youtuber is viewed not only as an expert, but also as a friend. Trust bases for following a youtuber's advice include providing true and verifiable information, authority and opinions about them held by viewers' friends. As a result behavioural patterns of viewers are determined by both personalized and non-personalized (institutional) trust. As for beauty channels influencing consumer behaviour, we identified 4 types of purchases influenced by beauty channels: impulsive based on a need, not impulsive based on a need, impulsive based on a recommendation and not impulsive based on recommendation. Beauty channels, on the one hand, are a reason for unnecessary spending because of new wants emerging from watching, and, on the other hand, they help viewers save money, because they provide information that can help make a rational consumer decision.

Key words: beauty channels, vlogs, YouTube, beauty products, consumer behavior, trust, viewers, trust bases

Авторы номера

Яна Багина

студент департамента социологии НИУ ВШЭ. Научные интересы: социология Интернета, качественные методы сбора и анализа данных, социология культуры, социология потребления.

Мария Балакирева

магистрант Высшей школы урбанистики НИУ ВШЭ. Научные интересы: городские исследования, методология социологических исследований, мобильные методы.

Светлана Баньковская

профессор департамента социологии НИУ ВШЭ, ведущий научный сотрудник Центра фундаментальной социологии НИУ ВШЭ. Научные интересы: история и методология социологии.

Ральф Бонзак

доктор философии, профессор Свободного университета Берлина. Научные интересы: социология знания, Документальный Метод, анализ речи, интерпретация изображений и фильмов, оценочные исследования, исследования социальных сред, поколений, молодежи и девиаций.

Александрина Ваньке

кандидат социологических наук, научный сотрудник ИС РАН, доцент социологического факультета ГАУГН. Научные интересы: исследования социального класса, гендера, телесности и сексуальности.

Наталья Веселкова

кандидат социологических наук, доцент кафедры прикладной социологии УрФУ. Научные интересы: методология и методы социологического исследования, визуальная социология, социология города и урбанистики, социология времени и возраста.

Анастасия Говорова

студент социологического факультета ГАУГН. Научные интересы: социология эмоций.

Анастасия Горайнова

стажер-исследователь Центра анализа доходов и уровня жизни НИУ ВШЭ. Научные интересы: методология и методы социологического исследования, социальная мобильность, социальная инклюзия, социология инвалидности.

Анастасия Кочервей

студент департамента социологии НИУ ВШЭ. Научные интересы: социология Интернета, качественные методы сбора и анализа данных, социология культуры, социология потребления.



Светлана Нарьян

студент департамента социологии НИУ ВШЭ. Научные интересы: социология Интернета, качественные методы сбора и анализа данных, социология культуры, социология потребления.

Дмитрий Омельченко

магистр социологии, аналитик Центра молодежных исследований НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург), режиссер-документалист. Научные интересы: визуальные исследования, документальное социологическое кино.

Елизавета Полухина

кандидат социологических наук, доцент департамента социологии НИУ ВШЭ, доцент социологического факультета ГАУГН. Научные интересы: методология и методы социологического исследования, социальная мобильность, жилищная политика.

Святослав Поляков

магистр социологии, выпускник Санкт-Петербургской школы социальных и гуманитарных наук НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург). Научные интересы: социология молодежи, экономическая социология, социология миграции, качественные методы социологического исследования.

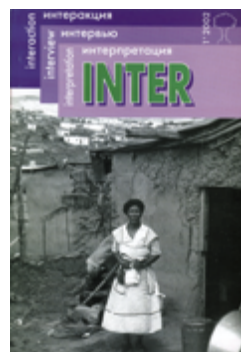
Елена Рождественская

профессор департамента социологии НИУ ВШЭ. Научные интересы: качественная социология, биографический метод, визуальная социология.

Анна Стрельникова

кандидат социологических наук, доцент департамента социологии НИУ ВШЭ, старший научный сотрудник ИС РАН, доцент социологического факультета ГАУГН. Научные интересы: социология города, социальная мобильность, методология и методы социологических исследований, социальная стратификация.

ИНТЕР № 1 (2002)



Письмо редакторов

Теоретические дискурсы и дискуссии

Майкл Рустин. Размышления по поводу поворота к биографиям в социальных науках

Индивид и общество

Ян Коетцы. Жизнь на периферии: потребность в промежуточных шагах на пути радикальной трансформации общества

Полевые исследования

Елена Ярская-Смирнова. Социальные изменения и мобилизация ресурсов: жизненные истории российских инвалидов

Алла Чирикова. Женщина-директор в деловой и частной жизни

Исследовательская рефлексия

Валерий Голофаст. Повседневность в социокультурных изменениях

Из классического наследия. Памяти П. Бурдьё

Пьер Бурдьё. Биографическая иллюзия

Визуальная социология

Елена Мещеркина. Субъектив камеры

Биография номера

Елена Мещеркина. Как стать баронессой

Конференции и рецензии на книги

Игорь Масалков. Шутценбергер А.А. Синдром предков. Трансгенерационные связи, семейные тайны, синдром годовщины, передача травм и практическое использование геносоциогаммы

Лиана Ипатова, Сергей Кухтерин. Ежегодные курсы в Центре социологического образования (Институт социологии РАН, Москва)

Интернет новости

Игорь Масалков. Ресурсы по качественным исследованиям (КИ) в интернете

Авторы номера

ИНТЕР № 2–3 (2004)



Письмо редакторов

Теоретические дискурсы и дискуссии

Брайн Роберте. Конструирование индивидуальных мифов

Ирина Сандомирская. Родина в советских и постсоветских дискурсивных практиках

Александр Малинkin. Женские награды в России: исследование по социологии наградного дела

Индивид и общество

Дан Бар-Он, Сэми Адван. Возможен ли общий учебник истории для палестинцев и израильтян?

Олег Яницкий. Риск-солидарности: российская версия

Полевые исследования

Дидье ле Галль, Шарлотте Ван. Сексуальный дебют в современной Франции

Елена Омельченко. Размытое начало: гомодебют в контексте сексуального сценар

Биография номера

Елена Мещеркина. «...Я была домашним, дворовым ребенком»

Визуальная социология

Елена Мещеркина. Фотография из семейного альбома

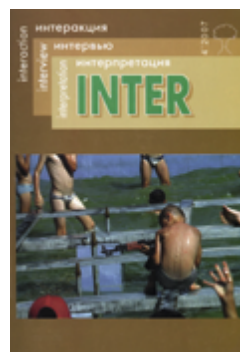
Рецензии

Сергей Ушакин. Познавая в сравнении: о евростандартах, мужчинах и истории Барбара Эванс Клементе, Ребекка Фридман и Дэн Хили (ред.). Российские мужчины в истории и культуре

Елена Рождественская. Рефлексия отца-философа М. Эпштейн. Отцовство. Метафизический дневник

Авторы номера

ИНТЕР № 4 (2007)



Письмо редакторов

Теоретические дискуссии и дискуссии

Петр Штомпка. Введение в визуальную социологию

Розвита Брекнер. Изображенное тело. Методика анализа фотографии

Оксана Запорожец. Визуальная социология: контуры подхода

Индивид и общество

Елена Лебедева, при участии Елены Греминой. Конструирование социального документа в практике документального театра (театр.doc)

Михаил Рожанский. Дневник советской девушки

Полевые исследования

Дмитрий Попов. Российская интеллигенция как образ: визуальные послания разных времен

Ольга Ткач. В поисках родословной: изобретение традиции?

Биография номера

Ксавье ЛеРой. Автобиография танцора: «Продукт обстоятельств»

Комментарий Елены Рождественской. Биография как телесный нарратив

Визуальная социология

Фотография Сергея Максимишина «Чечня», комментарий Елены Рождественской

Авторы номера

ИНТЕР № 5 (2009)



Письмо редакторов

Теоретические дискурсы

Ольга Никитина-ден Бестен. «Детство» в социальных науках: новые смыслы и новые подходы

Olga N. Nikitina-den Besten. What's new in the New Social Studies of Childhood?

Полевые исследования

Иван Забаев. Образ ребенка у жителей российских мегаполисов. По материалам биографических интервью с россиянами репродуктивного возраста

Gerhard Jost. Parental Loss during Childhood — Biographical Research Based on the Qualitative Paradigm (Потеря родителя в детстве — Биографическое исследование на основе качественной парадигмы)

Алевтина Корнеева, Анна Стрельникова. Детдомовцы и воспитанники патроната на пороге взрослой жизни

Ольга Громашева. Чем и как накормить дитя? Восприятие матерями рисков питания

Методологическая рефлексия

Мишель Вивьорка. Понятие интервенции в социологии, психологии и клинической социологии. Предисловие к книге «Международная клиническая социология»

Игорь Масалков. Клиническая социология как пространство интервенции

Визуальная социология

Елена Рождественская. Визуализация детства в городском пространстве. Готтфрид Хелнвайн

Рецензии

Елена Рождественская. Рецензия на коллективную монографию «Здоровье и доверие: гендерный подход к репродуктивной медицине» (под ред. Здравомысловой Е., Темкиной А.)

Конференции

Виктория Семенова. Новые пути в биографических исследованиях. Конференция «Биография и перформанс». Краков, декабрь 2009

ИНТЕР № 6 (2011)



Письмо редакторов

Теоретические дискурсы и дискуссии

Michał Łuczewski, Paulina Bednarz-Łuczewska. Memory cultures and politics of history. A plea for Polish-Russian cooperation

Serguei Oushakine. 'I have no idea how to make myself useful': Chechen War veterans on the State that betrayed

Елена Рождественская, Виктория Семенова. Социальная память как объект социологического изучения

Коллективная память в национальных контекстах: Россия-Польша

Илона Голембевска. 17 января 1945 года в Варшаве: представление событий в польских школьных учебниках по истории

Эва Кристина Селлава-Колбовска. Тяжелый груз воспоминаний и неудобные «места памяти». Исследование коллективной и культурной памяти о событиях 17 января 1945 года в Варшаве

Войцех Полец. Культурная память в качестве определяющего отношения поляков к россиянам

Mikhail Chernysh. Historical trauma and memory: the case of the Afghan war

Роман Абрамов. «Советский чердак» российской блогосферы: анализ ностальгических виртуальных сообществ

Визуализация памяти

Елена Рождественская, Ирина Тартаковская. Пространство памяти в «Афганском» музее: попытки договориться с прошлым

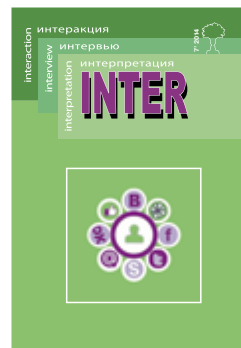
Анна Стрельникова. Коллективная память в городском пространстве: места памяти об Афганской войне

Новые ракурсы рассмотрения памяти: опыт молодых

Наталья Мاستикова. Фрагментарность памяти об Афгане у последующих поколений: результаты фокус-групп со студентами

Ирина Ксенофонтова. Виртуализация мемориальных практик: интернет-сайт как «книга памяти»

ИНТЕР № 7 (2014)



Письмо редакторов

Полевые исследования: анализ виртуальных сообществ

Анна Стрельникова, Елизавета Полухина. «...Что такое повсеместное дарение? Это максимальное доверие друг к другу»: особенности социального порядка в виртуальных сообществах дарообмена

Елена Рождественская, Виктория Семенова. Киберэтнография виртуального сообщества: анализ туристского форума

Александрина Ваньке, Ирина Ксенофонтова, Ирина Тартаковская. Интернет-коммуникации как средство и условие политической мобилизации в России (на примере движения «За честные выборы»)

Elisabeth Schilling. Transnational Biography: Reassessment of personal biographical experiences in internet forums among Russian migrants in Germany

Михаил Черныш. Сетевая среда религиозных исканий

Теоретические дискурсы и дискуссии

Елизавета Полухина. Онлайн-наблюдение как метод сбора данных

Иван Климов. Размышления о методологии Online-Offline Phenomena Studies: к дискуссии на симпозиуме «Пути России — 2014»

Полина Колозариди. Чем онлайн отличается от оффлайна и какой теоретический смысл есть в этом различии

Визуальная социология

Елена Рождественская. АВАТАР: визуализация идентичности в сети

Первые шаги

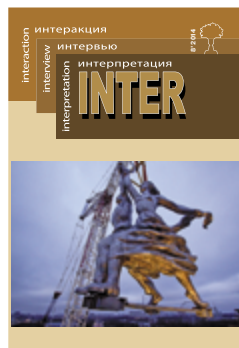
Ксения Федина. «Виртуальная Родина»: пространство национальной идентичности в социальных сетях (на примере детей мигрантов из Армении и Азербайджана)

Исследовательские центры

Иван Климов. Приоритеты исследовательской программы Центра изучения Интернета и общества РЭШ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА И АННОТАЦИИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

ИНТЕР № 8 (2014)



Теоретические дискурсы и дискуссии

Виктория Семенова. Стратегия комбинации качественного и количественного подходов при изучении поколений

Елена Рождественская. Надежность качественных методов и качество данных

Анна Стрельникова. Перемещения в пространственных координатах: больше, чем географическая мобильность

Полевые исследования: политики памяти в современной России

Александрина Ваньке, Елизавета Полухина. Вечный огонь в Александровском саду как публичное место памяти

Анна Стрельникова. Памятник без музея, музей без памятника: непростая биография «Рабочего и колхозницы»

Ирина Тартаковская, Екатерина Тарновская. «Одной правды нет»: визуализация политики памяти в историческом музее

Роман Абрамов, Евгений Терентьев. Символическое пространство культуры памяти: два топонимических кейса

Визуальная социология

Елена Рождественская, Ирина Тартаковская, Елизавета Полухина, Виктория Семенова. Мемориал Синти и Рома: групповая аналитическая дискуссия

Первые шаги

Надежда Васильева. Символика памятника Ф.Э. Дзержинскому в современном публичном дискурсе

Рецензии

Наталья Веселкова. Приглашение всмотреться: две обложки книги Алейды Ассман. Рецензия на: А. Ассман. Длинная тень прошлого: Мемориальная культура и историческая политика. М.: Новое литературное обозрение, 2014

Авторы номера

ИНТЕР № 9 (2015)



Письмо редакторов

Теоретические дискурсы и дискуссии

Наталья Савельева. Между свободой и подчинением: «техники себя» в работах Мишеля Фуко

Ekaterina Kovaleva, Marina Spirina. Representation of the female body in modern yoga: theoretical and methodological approach

Ольга Савинская. «Образовательное пространство детского сада»: концептуализация понятия и методика конструирования его измерений

Полевые исследования

Алиса Толстокорова. Энигма, враг или амиго?: роль аттitudного фактора в конструировании опыта зарубежного трудоустройства украинских трудовых мигрантов

Anastasia Poylova. The role of the entrepreneur's family in choosing a career path

Елена Онегина, Полина Остроухова. «Обретение красоты» в женских нарративах

Визуальная социология

Анна Санина. Визуальная политическая ирония в Рунете: кейс сообщества «Potsreotizm»

Обзоры конференций

Александрина Ваньке. Новая повестка дня в исследованиях телесности. Международный симпозиум «Дискурсы тела/политики тела и действие». Вена, Венский университет, 5–7 февраля 2015 г.

Виктория Семенова. Международная конференция «Biographies of Belonging». Амстердам, Амстердамский свободный университет, 10–11 марта 2015 г.

Ирина Тартаковская. Международная конференция «Политическое — это личное: режимы гендера, здоровья и заботы». Санкт-Петербург, Европейский университет в Санкт-Петербурге, 16–17 апреля 2015 г.

Авторы номера

Abstracts and key words



Памяти В. А. Ядова

Кшиштоф Косела. Прощальное письмо варшавских друзей

Виктория Семенова, Елена Рождественская. Владимир Александрович Ядов

Исследования социальной мобильности

Елена Омельченко, Гюзель Сабирова, Яна Крупец. Социальная мобильность молодежи в фокусе тройной рефлексии

Наталья Кремнева, Евгения Лукьянова. Рабочая профессия: успех или неудача? Восприятие социального положения рабочего в семейном контексте

Анна Стрельникова. Пространственные проекции социальной мобильности: переезды как доминантные события биографического повествования

Елизавета Полухина, Александра Горяйнова. Жилищные траектории московских семей в XX веке как объект вторичного анализа биографических интервью

Мария Балакирева. Изучение повседневной мобильности горожанок с детьми: опыт применения стратегии смешивания методов

Павел Сушко. Успех по-сельски или как брать «быка за рога»: модели жизненного успеха сельской молодежи

Константин Глазков, Анна Стрельникова. Мобильные методы: движение как часть исследовательской стратегии

Визуальная социология

Павел Демин, Станислав Пашков. Символика университета в восприятии студентов

Публичная социология

Ольга Казьмина. «Управляемый хаос» — от теории к социальной практике российской «глубинки»

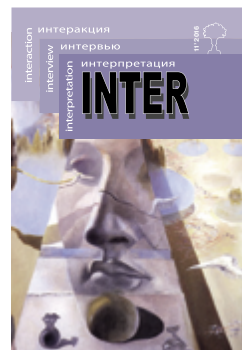
Обзоры конференций

Надежда Васильева. Перспективы исследований социальной мобильности. Международный конгресс Европейской социологической ассоциации. Прага, 25–28 августа 2015 г.

Авторы номера

Abstracts and key words

ИНТЕР № 11 (2016)



Петр Иванов. Городские жители и производство пространства (на примере российских городов)

Анатолий Жвйтиашвили. Нестабильная занятость и социальное неравенство: западный опыт

Екатерина Бессчётнова. Социальные коннотации запаха

Алиса Толстокорова. Украинские «золотые рыбки»: стратегии сопротивления неравенству и доминированию во взаимоотношениях мигранток-домработниц и их работодателей

Биография номера

Интервью с руководителем сети дистрибьютеров в компании сетевого маркетинга

Размышления над книгой

Oleg Yanitsky. The Urry's global mobilities concept: some comments and considerations

Обзоры конференций

Евгения Гольман. Международная трансдисциплинарная конференция «Doing the Body in the 21st Century». Питтсбург, Университет Питтсбурга, 31 марта — 2 апреля 2016 г.

Надежда Васильева. Новые проблемы в исследованиях социальной мобильности. Российско-польская конференция. Варшава, Варшавский университет, 11–12 апреля 2016 г.

Павел Сушко. Дискуссии социологов о настоящем России. XVII Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. Москва, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 19–22 апреля 2016 г.

Авторы номера

Abstracts and key words

Журнал можно приобрести в редакции или заказать по пересылке.

Адрес редакции:

117259 Москва, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5

Тел.: (499) 128-86-18

Факс: (495) 719-07-40

e-mail: rusica@isras.ru

Все права на материалы, опубликованные в журнале, принадлежат редакции и авторам. Публикации журнала не могут быть воспроизведены в любой форме без разрешения редакции.

Журнал зарегистрирован Министерством Российской Федерации по делам печати, радиовещания и средств массовых коммуникаций (регистрационный номер ПИ № 77-9679)

ISSN 2307-2075

Учредители:

Институт социологии РАН

Российское общество социологов

Над номером работали:

Выпускающий редактор *Александрина Ваньке*

Корректор *Виктория Камышан*

Оригинал-макет *Виталий Кудымов*

Подписано в печать 00.00.2017. Формат 70×100 ¹/₁₆.

Гарнитура «Pragmatica». Печать офсетная.

Тираж экз. Заказ № .